

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Sección Departamental de Comercialización e Investigación de
Mercados**



**LA IMAGEN EXTERIOR DE ESPAÑA, TAL COMO
ESPAÑA LA VE.**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR**

David Miranda Torres

Bajo la dirección del doctor

Felicísimo Valbuena de la Fuente

Madrid, 2010

ISBN: 978-84-693-8357-5

© David Miranda Torres, 2010

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN E
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

- MEMORIA PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE DOCTOR -



**LA IMAGEN EXTERIOR DE ESPAÑA,
TAL COMO ESPAÑA LA VE**

Doctorando: D. David Miranda Torres

Director: Dr. D. Felicísimo Valbuena de la Fuente

**DOCTORADO EN MARKETING
2008/2010**

Convocatoria: febrero de 2010

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN E
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

- MEMORIA PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE DOCTOR -



**LA IMAGEN EXTERIOR DE ESPAÑA,
TAL COMO ESPAÑA LA VE**

Doctorando: D. David Miranda Torres

Director: Dr. D. Felicísimo Valbuena de la Fuente

**DOCTORADO EN MARKETING
2008/2010**

Convocatoria: febrero de 2010

RESUMEN / ABSTRACT

Palabras clave / Key Words

Marca España, Imagen Exterior, Country Brand, Leyenda Rosa, Hispanofobia, Leyenda Amarilla, Hispanomanía, Leyenda Blanca, el Milagro Español, las Dos Españas, África comienza en los Pirineos, la Cuestión Española, el Imperio Español, Outputs e Inputs de España, Embajadores de la Marca España, Centinela de Europa, Estereotipo Hispano, el Modelo Español de Cohesión y Convergencia Europea, los Curiosos Impertinentes, el Último Gran País, Memoria Colectiva, Hispanismo, Redes Asociativas, Iberismo, Exotismo Español, Valor de Marca, Topicazo Español, Trío Europeo'10, Generación de Folclóricas, el Demonio del Mediodía, Leyenda Negra, Neoimperialismo Español, la California Europea, Country of Origin, Internacionalización Española, Filtros de la Marca España, Made in Spain, el Problema de España, el Poder Blando de España, el Modelo Financiero Español, Operación'92/Efecto'92, la Década Maravillosa (1975-1985), Spanish Way of Life, la Armada Invencible, los Nuevos Conquistadores, The Sunny Business, Prusianos del Sur, Reserva Espiritual de Occidente, Flamenquismo, Política de Megaeventos, Leyenda Aurinegra, la Patria Chica, Lobby Hispano, Hispanofilia, Soli Hispani, Retracción Española, Hagámoslo B, el Paradigma Prescott

Extracto / Summary

Desde que terminó el segundo tercio del siglo XX, España se ha enfrenado a muy distintos retos nacionales e internacionales. A principios del siglo XXI, España se convertía en una auténtica referencia mundial. El milagro económico español, unido a una óptima gestión de las ayudas europeas y a la ejemplar transición política, convirtieron a España en un país con una economía internacionalizada, líder y protagonista en multitud de sectores y culturalmente influyente en el mundo. España, era un país que formaba parte de Europa y de Iberoamérica y que además, era puente entre Occidente y el mundo musulmán. Esa rápida y constante evolución en todos los sectores y órdenes de nuestra vida, fue considerada una auténtica Leyenda Blanca. Sin embargo, la recesión económica que ha sufrido el mundo desarrollado en 2008 y el pinchazo de la burbuja inmobiliaria española en 2009, han convertido a España en un gigante con pies de barro, un país en el que la existencia perenne de los estereotipos y sesgos de siempre, no termina de desaparecer de la memoria colectiva de españoles y foráneos. Conscientes de la importancia que nuestro país estaba adquiriendo a la entrada del tercer milenio y de la importancia que esos sesgos inferían en la internacionalización de nuestros productos, empresas e instituciones españolas comenzaron a desarrollar análisis interdisciplinarios sobre el peso de nuestra imagen-país en el exterior. Así, las marcas españolas más renombradas se convertían en las locomotoras del «Made in Spain» en 1999, con la creación del Foro de Marcas Renombradas Españolas (FMRE). Sin embargo, en el cine, las distorsiones y los arquetipos - demasiado familiares - sobre nuestra cultura, sociedad y valores, se han enfocado a lo largo de la historia de muy diferente forma (unas veces, enfocándose desde la Leyenda Negra Española y otras, desde la Leyenda Amarilla) tergiversando nuestra imagen-país real e influyendo en nuestra propia percepción-país y en la exportación de nuestro estilo de vida a través de la producción cinematográfica nacional. El presente proyecto de investigación doctoral, pretende - precisamente - abordar el estudio de la imagen exterior de España que tienen los españoles - hoy - de sí mismos, a través de los largometrajes más comercializados dentro y fuera de nuestro país.

*A todos los que me ríen, cuidan y lloran
y a los que están por venir.*



1. ÍNDICE

1. ÍNDICE

1. ÍNDICE.....	6
2. INTRODUCCIÓN.....	11
2.1 CONSIDERACIONES PREVIAS	14
2.2 ORDEN EXPOSITIVO	16
2.3 ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.3.1 Metodología.....	21
2.3.2 Cronología	22
2.3.3 Análisis del corpus teórico y empírico	23
2.4 JUSTIFICACIÓN DE LA TEMÁTICA	26
2.4.1 Detonante hipotético de esta tesis.....	28
2.4.2 España, un país de leyenda	31
2.4.3 Breve resumen profesional	32
2.5 OBJETIVOS.....	34
2.6 HIPÓTESIS BÁSICAS Y COMPLEMENTARIAS.....	36
2.6.1 Gráfico temático del marco hipotético	36
2.6.2 Hipótesis planteadas para este estudio.....	37
2.6.3 Diagrama de las hipótesis planteadas	62
3. MARCO TEÓRICO	64
3.1 REVISIÓN LITERARIA	64
3.1.1 Nacimiento de <i>Leyenda Negra</i> española	64
a) <i>El paso de los españoles por Italia</i>	69
b) <i>Desencuentros hispano-flamencos</i>	73
c) <i>La dialéctica conflictiva con Francia</i>	77
d) <i>El choque hispano-inglés</i>	80
e) <i>El papel de Portugal</i>	83
f) <i>España en América: Hispanofobia</i>	84
g) <i>Los viajeros que exportaron «España»</i>	95
h) <i>La propaganda oficial del Imperio. La Leyenda Rosa</i>	98
3.1.2 De la historiografía a la hispanomanía: <i>la Leyenda Amarilla</i>	105
a) <i>La influencia española de los siglos XVI y XVII</i>	105
La influencia española en Italia	105
La influencia española en Francia	107
La influencia española en Inglaterra.....	109
La influencia española en Flandes y Alemania	111
b) <i>La historiografía y la dinastía Borbón</i>	112
c) <i>España, la impronta exótica europea</i>	120
d) <i>Los curiosos impertinentes</i>	128
Duque de Wellintong.....	129
George Borrow y Richard Ford	130
Ernest Hemingway	132
Gerald Brenan.....	134
e) <i>El problema de las dos Españas</i>	136
La Edad Antigua.....	138
La Edad Media.....	140
La Edad Moderna	145

La Edad Contemporánea	147
3.1.3 El poder blando español: la <i>Leyenda Blanca</i>	157
a) <i>Transición política como modelo internacional</i>	163
b) <i>De la Comunidad Europea a 1992</i>	170
España como modelo de convergencia europea	172
1992, el año de España	177
Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992	179
Exposición Universal de Sevilla de 1992	185
De Ciudad Europea de la Cultura 1992 a Madrid 2016	191
c) <i>El poder duro: la internacionalización española (1996- 2004)</i>	196
La España neoimperial o la conquista de las zonas de interés	199
La toma de Perejil.....	201
La Guerra de Iraq en 2003.....	207
d) <i>El poder blando: la España Zen (2004- 2010)</i>	210
Consenso, derechos sociales y políticas de igualdad.....	210
Una política exterior comprometida	214
El cielo es el límite	217
3.2 ESTADO DE LA CUESTIÓN	224
3.2.1 Conceptos de marketing	224
a) <i>La identidad</i>	224
b) <i>La imagen</i>	226
c) <i>La marca</i>	228
d) <i>Términos al uso ante este estudio</i>	234
3.2.2 La marca España.....	235
a) <i>Redes asociativas y toma de decisiones</i>	239
b) <i>Memoria individual y colectiva</i>	244
c) <i>Made in Spain</i>	249
d) <i>Outputs e Inputs de España</i>	258
e) <i>Embajadores de la marca España</i>	265
f) <i>Filtros de la marca España</i>	273
El efecto Dan Brown	276
3.2.3 Estados Unidos y España.....	278
a) <i>Las complejas relaciones hispano-estadounidenses</i>	278
La imagen de España y el <i>Lobby Hispano</i>	295
España en el cine de Hollywood.....	299
3.2.4 España, un gigante con pies de barro	305
a) <i>La fiesta, ha terminado</i>	305
b) <i>Suspenso en educación</i>	311
c) <i>Nuevo modelo económico: Ley de Economía Sostenible</i>	313
4. MARCO EMPÍRICO	319
4.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	319
4.1.1 Sujeto de análisis	319
4.1.2 Dimensión espacial.....	320
4.1.3 Dimensión temporal	321
4.1.4 Acceso a las fuentes de información	321
4.1.5 Filtro de la muestra	322
4.1.6 Tratamiento de la información	324
4.1.7 Confección de la ficha del análisis empírico	325
a) <i>Datos oficiales de la película</i>	325
b) <i>Datos de análisis de la película</i>	325

Grupo de preguntas P.1	325
Grupo de preguntas P.2	326
Grupo de preguntas P.3	326
Grupo de preguntas P.4	326
Grupo de preguntas P.5	327
Grupo de preguntas P.6	327
Grupo de preguntas P.7	327
4.1.8 Limitaciones del estudio.....	328
4.1.9 Diagrama del diseño de la investigación	331
4.2 RESULTADOS DEL CORPUS EMPÍRICO.....	332
4.2.1 Datos espaciales de la muestra	332
4.2.2 Datos temporales de la muestra	333
4.2.3 Duración de los sujetos de la muestra	334
4.2.4 Datos temáticos de la muestra	335
4.2.5 España en la muestra	336
a) <i>España como escenario internacional</i>	336
b) <i>España como sujeto internacional</i>	339
c) <i>Símbolos de identidad, regiones y ciudadanos españoles</i>	341
4.2.6 Los outputs e inputs españoles en la muestra	342
4.2.7 Tiempo de la historia	346
4.2.8 Espacio de la historia.....	348
4.2.9 Análisis de los personajes.....	351
a) <i>Papel de Perseguidor</i>	352
Perseguidor principal.....	352
Perseguidor secundario.....	354
b) <i>Papel de Salvador</i>	356
Salvador principal.....	357
Salvador secundario.....	359
c) <i>Papel de Víctima</i>	361
Víctima principal	361
Víctima secundaria	363
d) <i>Papel personaje circunstancial</i>	365
Personaje circunstancial principal	365
Personaje circunstancial secundario	367
e) <i>Personajes implícitos</i>	369
4.2.10 Análisis de los actores españoles.....	371
a) <i>Papel de Perseguidor</i>	371
Perseguidor principal.....	372
Perseguidor secundario.....	373
b) <i>Papel de Salvador</i>	375
Salvador principal.....	375
Salvador secundario.....	377
c) <i>Papel de Víctima</i>	379
Víctima principal	379
Víctima secundaria	381
d) <i>Papel personaje circunstancial</i>	382
Personaje circunstancial principal	383
Personaje circunstancial secundario	385
4.3 CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS	387
5. DISCUSIÓN Y COMENTARIOS	417

5.1 CORPUS TEÓRICO	417
a) <i>Diagrama explicativo</i>	423
5.2 CORPUS EMPÍRICO	424
a) <i>Diagrama explicativo</i>	428
6. CONCLUSIONES DE ESTE ESTUDIO	429
6.1 CONCLUSIONES DEL CORPUS TEÓRICO	432
6.2 CONCLUSIONES DEL CORPUS EMPÍRICO	433
6.3 CONCLUSIONES DERIVADAS DE ESTE ESTUDIO	435
7. POSIBLES LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	438
8. BIBLIOGRAFÍA	441
9. FUENTES DE INTERÉS	454
10. ANEXOS	457
10.1 TABLAS DEL ANÁLISIS MUESTRAL	457
10.1.1 Tablas de frecuencias	457
a) <i>Tablas de clasificación temática</i>	457
Tabla C1. Año de comercialización	457
Tabla C2. Duración de las producciones	458
b) <i>Tablas del análisis imagen-país</i>	459
c) <i>Tablas del análisis del tiempo</i>	472
d) <i>Tablas del análisis de los personajes</i>	478
e) <i>Tablas del análisis de los actores españoles</i>	504
10.1.2 Tablas de contingencias	522
a) <i>Tablas de contingencias del análisis de la imagen-país</i>	522
b) <i>Tablas de contingencias del análisis del tiempo</i>	534
c) <i>Tablas de contingencias del análisis del espacio</i>	537
d) <i>Tablas de contingencias del análisis de los personajes</i>	540
e) <i>Tablas de contingencias del análisis de los actores</i>	569
10.2 FICHA DE ANÁLISIS CINEMATOGRAFICO	590
10.3 LISTADO DE PELÍCULAS ANALIZADAS	619

2. INTRODUCCIÓN

2. INTRODUCCIÓN

Como reza la cuarta de las 22 *Leyes Inmutables del Marketing*, escritas por Al Ries y Jack Trout: «El marketing no es una batalla de productos, es una batalla de percepciones» (Ries, Al; Ries Laura, 1998).

La consultora global de marcas *Futurebrand*, en colaboración con *Weber Sandwick Worldwide*, publicó en 2005 y en 2006 dos estudios - *Country Brand Index 2005/2006* - sobre la aceptación e interés internacional de las principales marca país del mundo. La imagen de España irrumpía en el *top-ten* de los países que mejor se vendían. «Estábamos preocupados. Hasta ahora no aparecíamos entre los diez primeros», indicó Ignacio Linares, director general de la consultora. «Para una potencia turística como España, ésta era una noticia nefasta» (Caballero, 2006).

En este sentido, Gonzalo Brujó (2006), consejero delegado de *Futurebrand*, afirmaba que:

«Los países compiten para atraer el turismo, la inversión y las exportaciones. [...] España, está aún dormida, es una gran marca que debería ser aún más grande. Cada ciudad es una joya y las comidas y la vida nocturna son extraordinarias [...] En España debería haber más cohesión gubernamental entre las campañas. Encuentras campañas locales, de comunidades y nacionales. Al final, no se sabe porqué hay que viajar a España»

Stephen Gatfield (2007:11), consejero delegado de *Lowe Worldwide* y Tony Wright, presidente global de *Lowe & Partners*, en una entrevista al diario económico *Cinco Días*, afirmaban que España es la marca local que más triunfa:

«Zara es un buen ejemplo de una empresa española que triunfa fuera del mercado local. Pero la enseña que conquista a los publicitarios más allá de nuestras fronteras es la propia España. Los *Juegos Olímpicos de 1992* fueron un momento mágico que dieron vida a la marca nacional».

Desde la entrada de España en el siglo XXI, debido a la pujanza económica española en los últimos quince años y al protagonismo de los españoles en la escena internacional, la percepción que se tiene de España y de los *Embajadores de España* (Samaranch, 2008:310) ha llegado a copar algunas de las portadas¹ de los principales periódicos europeos:



Sin embargo, parafraseando a la entonces ministra de cultura, Carmen Calvo, en su discurso de presentación ante el *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*, «la imagen de España tiene mucho que mejorar y parte de ese trabajo le corresponderá a la cultura española, que tiene que profundizar en su internacionalización y en sus propios controles de calidad, para ofrecer al mundo razón y emoción bien fundamentadas» (Calvo, 2003).

El motivo del presente trabajo es precisamente analizar la imagen exterior de España, tal como España la ve. Obviamente, a la hora de confeccionar este trabajo y antes de comenzar con su análisis y estudio, conviene matizar y limitar su radio de acción para mejorar la dimensión y fines que aquí expongo.

Durante los últimos años, España ha vivido una auténtica *Leyenda Blanca* en casi todos los ámbitos (en lo político, en lo económico, en lo cultural y deportivo, en lo diplomático...). Sin embargo, su fortaleza ante la crisis crediticia norteamericana – que cimentó su posicionamiento como marca-país solvente al sortear el problema e imponer el *Modelo Financiero Español* – se vio atemperada con una crisis inmobiliaria interna y

¹ Diario británico *The Independent*, 05 de julio de 2008; diario francés *Libération*, 05 de marzo de 2008 y semanario británico *Newsweek*, 15 de mayo de 2000

con unos niveles de paro que rompían los esquemas económicos de la mayoría de países de la UE. ¿Era el fin de la *Leyenda Blanca* española y de su poder blando?

Más allá de estas premisas, desde hace cinco años y a través del *Foro de Marcas Renombradas Españolas*, algunos estudios están ahondando en la preocupación y estudio de nuestra marca-país y de su peso y valoración en nuestro rededor. Sin embargo, dicha preocupación no se ha representado todavía en la industria cinematográfica. Muchos pensadores españoles, ya han mostrado su preocupación por el poco uso que se hace desde las instituciones españolas del cine nacional como herramienta de promoción de los valores y productos de nuestro estilo de vida y de nuestra sociedad.

Este estudio, pretende analizar cómo el cine traza la imagen de España, de los españoles y de sus outputs e inputs en contraposición con el cine foráneo: la presencia o ausencia de promoción, eliminación de sesgos o simplemente, de exportación de valores. Sin embargo, debido a la larga vida de la industria cinematográfica internacional, a la producción incesante de largometrajes y su distribución en paquetes fílmicos a cadenas y grupos de entretenimiento, es necesario tomar una muestra representativa de la filmoteca internacional para desarrollar este estudio. Así, la España de hoy y de ayer a través del cine patrio y foráneo como análisis de la imagen exterior de España, tal como España la ve, es el objeto de esta tesis académica.

2.1 CONSIDERACIONES PREVIAS

Me gustaría agradecer, profundamente, al director de este trabajo de investigación, el profesor y catedrático Dr. D. Felicísimo Valbuena de la Fuente, toda su paciencia y esfuerzo personal para conmigo durante estos años (2005-2009) de tesinas, tesis y trabajos. Desde luego, sin su ayuda, no hubiera podido asimilar y desarrollar todos los conceptos e ideas que aquí se exponen. De igual modo, agradezco enormemente su apoyo y orientación en la elaboración y análisis de este trabajo en particular, ya que sin sus directrices y consejos, no podría haber llegado a tal término.

De igual modo, tengo la necesidad de agradecer al Dr. Daniel Mosquera Lozano², su ayuda a la hora de desarrollar la parte empírica de este proyecto, puesto que sin sus consejos y explicaciones en el campo de la estadística, me hubiera sido imposible abordar este trabajo.

Presento esta tesis que, a mi entender, se presenta compleja³. Compleja, aventuro, además de por la necesidad académica que simboliza y por la rigurosidad científica que exige, por querer aunar en un mismo proyecto, áreas como la historia, la psicología - social -, la mercadotécnica y las ciencias de la información y de la comunicación. Debido a esta interdisciplinariedad, buscaré la fórmula más justa con todos los conceptos, ideas y argumentaciones posibles para, de una parte, desarrollar una investigación ecuaníme con todas las disciplinas implicadas y también, para posibilitar una investigación rigurosa y científica, como la Universidad espera de un estudiante de Doctorado.

Cada cual debe afrontar los retos que tiene o que desea tener por delante, los retos que le inquietan y que le mueven, los retos que al fin y al cabo, conforman una

² Daniel Mosquera Lozano, es *Licenciado en Medicina y Cirugía y Doctor en Medicina Interna* por la *Universidad de Zaragoza*. Actualmente, es *Jefe de Medicina Interna* del *Hospital San Pedro* de Logroño (La Rioja)

³ «Criterios metodológicos y de evaluación de los trabajos de investigación de segundo curso de Doctorado». Criterios aprobados en *Consejo de Departamento* de fecha 13 de junio de 2006, como reza el tablón de anuncios de dicho departamento. Edición electrónica (01 de marzo de 2008): www.ucm.es/info/marketing/web-nueva/home.html

vida. Retos que son inquietudes y tesis – como ésta – que son sólo una forma de afrontarlas.

La visión exterior de España de los ciudadanos del centro peninsular versus la visión exterior de España de los ciudadanos de la periferia, la visión del norte y del sur, la visión de un lado y la visión del otro de la espectro político, la visión del inmigrante nacionalizado y del español emigrado, la visión de la imagen exterior de España cuando España nació y la visión de la imagen exterior de la España de hoy y así, un sin fin de dualismos sobre nuestra España que atormentan a cualquier mundano que quiera acercarse a su estudio sin una institución, una beca o una empresa que lo respalde.

Toda una auténtica amalgama, heterogeneidad y maniqueísmo sobre una temática tremendamente atomizada por las políticas de empresas, instituciones, ciudades en defensa de sus city-brands, regiones que canalizan su turismo o de España, como nación, a la hora de exportar sus productos y servicios, atraer el turismo y por su puesto, las inversiones extranjeras.

2.2 ORDEN EXPOSITIVO

A la hora de ejecutar y desarrollar este trabajo de investigación, el autor quiere compilar todo el conocimiento e información analizados en una estructura narrativa que permita al lector leer y buscar la información que aquí se expone de forma fácil y esperemos, amena.

Como toda narración, es necesario plantear una introducción, un nudo y un desenlace y en nuestro caso, un planteamiento de la temática y de las hipótesis a estudiar, un desarrollo teórico y empírico del asunto y unas conclusiones de las mismas.

La estructura argumentativa del presente trabajo de investigación será la siguiente:

1. ÍNDICE

En este primer apartado del proyecto de investigación doctoral, encontraremos una lista de los diferentes capítulos y materias a desarrollar. El índice, dará cuenta al lector de los distintos apartados, subapartados y subepígrafes de este trabajo, acompañando a cada uno de ellos de una numeración específica que facilite la búsqueda de información y la comprensión de las materias que aquí se exponen.

2. INTRODUCCIÓN

En el segundo apartado del trabajo, la introducción, el autor quiere plasmar las inquietudes y motivaciones que le han llevado a desarrollar el siguiente análisis de estudio. Dice el refrán que «cada cual es un mundo en sí mismo y que sus circunstancias y las personas que conoce son las que le forman y le dan identidad en mucha mayor medida que sus conocimientos o estudios». Sin hacer una biografía pormenorizada del autor, puesto que no es el objeto de estudio y cuyo interés, además, es laxo y circunstancial, sí se pretenden dar a conocer aquellas experiencias personales, académicas y profesionales que han ido gestando el interés por desarrollar este trabajo: el bagaje laboral,

las inquietudes personales, las relaciones sociales o los objetivos doctorales. Para su mejor exposición, subdividiremos este apartado en:

2.1 CONSIDERACIONES PREVIAS

Con este apartado, el autor pretende constatar sus agradecimientos a las personas que han hecho posible este trabajo y remarca todas aquellas consideraciones que a bien tiene hacer antes de comenzar el desarrollo de este análisis universitario.

2.2 ORDEN EXPOSITIVO

Con este apartado - el presente - el autor quiere exponer y explicar la forma en la que va a abordar la investigación, plasmando las ideas capitales que quiere conseguir de forma ordenada y sistemática, para que el lector sepa siempre dónde se encuentra y el porqué. De este modo, se indicará al lector la metodología a usar, la cronología de trabajo y se desarrollará el presente orden expositivo y el corpus teórico y empírico de este trabajo.

2.3 JUSTIFICACIÓN DE LA TEMÁTICA

Debido a la fuerte presencia de España y de los españoles en la escena internacional durante los últimos quince años - y en especial, durante los últimos meses -, a la existencia de una Leyenda Negra sobre la imagen de nuestro país, a las consecuencias de la crisis financiera de 2008 y al estallido de la burbuja inmobiliaria que le siguió, a la atomización de las actividades de promoción turística en el exterior, a la pequeña industria cinematográfica existente o a la presencia de lo español en la cultura de otros países, se ha tornado capital el estudio de la imagen exterior de España, en nuestro caso, tal como los españoles la ven.

2.4 OBJETIVOS

Esta tesis doctoral, posee la necesidad de plantear una serie de problemas o hipótesis que el doctorando debe contrastar, pero más allá de las mismas, el autor tiene una serie de objetivos intrínsecos a conseguir con el presente corpus de estudio, en este apartado, se explicitarán los mismos para que el lector conozca de primera mano las necesidades cognitivas del doctorando.

2.5 HIPÓTESIS TEÓRICAS, BÁSICAS Y COMPLEMENTARIAS

Obviamente, debido al tipo de investigación que vamos a desarrollar, necesitamos de unas hipótesis de partida y otras que las complementen para comenzar nuestro análisis. En este caso, el lector encontrará en este apartado la relación de hipótesis planteadas, su relación con las hipótesis secundarias y su vertebración gráfica con el objeto de estudio.

3. MARCO TEÓRICO

En el tercer apartado de este trabajo académico, el lector encontrará el marco teórico que sustentará la investigación. Debido a la compleja, variada y heterogénea literatura existente, a las diferentes y a veces, no complementarias líneas de investigación y la complejidad y atomicidad de la temática durante los últimos años, analizada desde perspectivas comerciales, económicas, políticas, culturales y deportivas o sociales, el autor ha querido dividir el estudio del marco teórico sobre dos ejes:

3.1 REVISIÓN LITERARIA

Apartado en el que analizar la literatura existente sobre el nacimiento de Leyenda Negra española – cuna de los sesgos sobre España - y el desarrollo de la historiografía y de la hispanomanía, que para muchos, conforman el germen de la Leyenda Amarilla y de la atención sobre nuestro país durante buena parte del siglo XX y también, ya en nuestros días, el nacimiento y la creación de una auténtica Leyenda Blanca, como ya veremos más adelante.

3.2 ESTADO DE LA CUESTIÓN

En este epígrafe, el autor quiere ir más allá de la literatura de artículos científicos, literarios o periodísticos, para adentrarse en la literatura academicista y científica, más próxima a nuestros tiempos, analizando los conceptos de marketing necesarios para comprender las posiciones analizadas con anterioridad y así, profundizar en los aspectos de la marca España y sus consecuencias en los outputs e inputs nacionales, en el impacto y peso de su Made In y en sus relaciones internacionales y áreas de influencia, complementando la información con datos obtenidos a través de estudios de mercado y análisis oficiales llevados a cabo por las nuevas entidades públicas, surgidas, sobre todo, a partir del siglo XXI.

4. MARCO EMPÍRICO

En el cuarto apartado de este trabajo académico, el lector encontrará el marco empírico de la investigación. En este epígrafe se analizarán el diseño de la investigación, los resultados del corpus empírico y la contrastación de las hipótesis planteadas.

4.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En este epígrafe, el autor ahondará en el sujeto de análisis y en la dimensión espacial y temporal del estudio. Indicará al lector el acceso a las fuentes de información, los filtros

de la muestra, el tratamiento de la información, la confección de la ficha de análisis empírico y el diagrama del diseño de la investigación

4.2 RESULTADOS DEL CORPUS EMPÍRICO

En este apartado se analizarán – desde una percepción cunatitativa - los datos espaciales de la muestra, los datos temporales de la muestra, la duración de los sujetos de la muestra y los datos temáticos de la muestra

4.3 CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS

Antes de pasar al epígrafe de las conclusiones de este estudio, se contrastarán las hipótesis planteadas con los datos muestrales obtenidos con el fin de contrastar la información, refutar o corroborar las hipótesis planteadas

5. CONCLUSIONES

En el quinto capítulo de este trabajo, el autor indicará de la forma más esquemática, concisa, sencilla y directa, las conclusiones del presente estudio de investigación. Probablemente, éste sea el apartado más relevante de este trabajo, puesto que en él se plasman las ideas derivadas de todo el estudio.

6. POSIBLES LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

A lo largo del trabajo y de los años de preparación, han ido surgiendo hipótesis e ideas que pueden ayudar a otros estudiantes o investigadores a comprender mejor los conceptos que aquí se exponen. El autor, compilará las líneas de investigación capitales que considere de interés para dilatar aún más, la dimensión de la temática de análisis.

7. BIBLIOGRAFÍA

En este sexto apartado, se plasmarán de forma alfabética todos aquellos libros, compendios, enciclopedias, artículos, obras, estudios, análisis y material que el autor haya usado a la hora de confeccionar este trabajo. Sin embargo, el autor no indicará todas las notas bibliográficas tomadas, ya que para no ser redundante, las ha colocado a lo largo de todo el estudio al pie de página, con el fin de ayudar al lector a comprender y a completar la información mostrada en cada unos de los subepígrafes del análisis que nos atañe.

8. FUENTES DE INTERÉS

En este epígrafe, el autor anotará todas aquellas fuentes de interés (entidades públicas, institutos de estudio, centros de investigación y de divulgación, corporaciones privadas, think tanks, fundaciones de análisis social, agencias autonómicas, locales y nacionales de estudios, así como cualquier otro tipo de entes) que puedan ayudar a futuros investigadores a complementar, continuar o a ahondar en la materia presente de investigación.

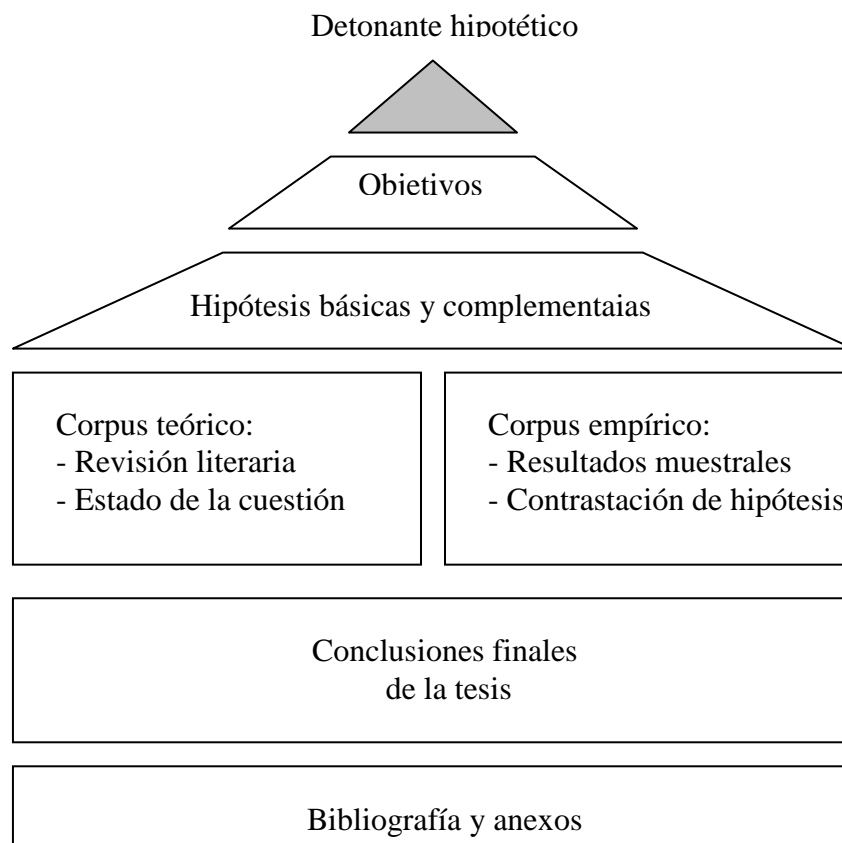
9. ANEXOS

En este último y noveno apartado, el autor incluirá toda aquella información que, aunque complementando el estudio y ayudando a su comprensión, no forma implícitamente parte de él. Así, encontraremos la lista de películas analizadas y que han formado parte de la muestra de trabajo, las fichas de análisis cinematográfico o las tablas de análisis no presentadas en el corpus empírico de la tesis.

2.3 ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1 Metodología

Para la elaboración de este proyecto de investigación, usaremos el ***Método Hipotético-Deductivo***. Para ello, dividiremos el trabajo en una serie de apartados de estudio y de análisis que se corresponderán con las diferentes fases de este método científico: observación de los hechos, formulación de las hipótesis, recogida de información, contratación de las hipótesis planteadas y deducción de las conclusiones.



Del detonante hipotético, se derivan los tres objetivos planteados anteriormente y a su vez, el corpus hipotético (compuesto de seis hipótesis teóricas y varias hipótesis básicas y complementarias relacionadas).

Posteriormente, cimentados los pilares fundamentales del estudio y los interrogantes de trabajo, realizaremos un primer estudio, de tipo teórico con el que analizar el corpus literario existente sobre la materia para así, valorar posteriormente el estado de la cuestión. Después, afrontaremos un estudio empírico en base a una muestra representativa de largometrajes cinematográficos, con la que, tras su contrastación estadística, desarrollaremos las conclusiones oportunas de este análisis académico.

2.3.2 Cronología

Debido a la profusa información que en esta obra vamos a mostrar, como es oportuno en este tipo de creaciones académicas, el autor quiere indicar al tribunal la cronología temporal empleada para su desarrollo.

La mayor parte de este estudio se ha ido gestando de forma intermitente y sin conexión lineal a través de las diferentes obras de investigación elaboradas por el autor en la *Universidad Complutense de Madrid* desde 2006 hasta nuestros días, correspondientes a los diferentes trabajos y seminarios de postgrado efectuados durante el largo camino académico que todo doctorando debe recorrer hasta presentar su proyecto de tesis doctoral.

Durante este periodo, el autor ha ido poniéndose en contacto con entidades, instituciones, entes, organismos y fundaciones de estudio con el fin de recabar toda la información de interés para este trabajo. De igual modo y paralelamente al mismo, el autor ha ido buceando en las bases de datos académicas para conocer su uso y evaluar la información generada por los últimos estudios científicos llevados a cabo sobre la materia.

Desde luego, la gran arma con el que todo doctorando cuenta hoy es internet: el acceso a bases de datos de cientos de universidades, acceso directo a estudios oficiales, a bibliotecas y a fondos documentales. Su uso, ha sido esencial para comprender, con la mayor dimensión posible, la cobertura y extensión de esta temática y de este trabajo.

Así, durante tres largos años de paciencia y constancia, he ido generando los archivos y artículos necesarios para poder dar forma al corpus teórico de esta tesis. Sin embargo, dar vida a ese ente científico ha sido el empeño de horas de trabajo durante el último año, en especial, durante el curso académico 2008/2009, donde casi todas las líneas de esta tesis han ido viendo la luz. Y precisamente, en este último año, mientras este trabajo iba conformándose en lo que hoy el lector tiene ante sí, comenzó también el estoico trabajo empírico: las horas de previsualización y visualización de filmes, su evaluación y su posterior edición en las bases de datos diseñadas al efecto.

Por lo tanto, de forma constante y progresiva durante los últimos tres años y en especial, durante los últimos meses, podemos limitar el tiempo cronológico en el que este trabajo se ha llevado a cabo:

	2007				2008				2009			
	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
Detonante Hipotético												
Objetivos												
Corpus Hipotético												
Corpus Teórico												
Corpus Empírico												
Contrastación												
Conclusiones												
Edición												

2.3.3 Análisis del corpus teórico y empírico

Para elaborar el corpus teórico, dividiremos la información en dos bloques de estudio diferentes. De una parte, clasificaremos la información relacionada con lo que denominaremos: *Revisión Literaria*. Es decir, la información generada en obras académicas y de estudio sobre el papel histórico de España en cada uno de los escenarios geográficos en los que ha sido protagonista y que le han merecido las *leyendas negras, amarillas y blancas*. En este apartado de la tesis, tomaremos como guías de estudio las variables analizadas por Gabriel García Cárcel en sus muchas

publicaciones académicas y de divulgación científica sobre la *Leyenda Negra* y la *Leyenda Amarilla* española.

Con el presente apartado, pretendemos conocer la formación y evolución de la imagen de España como sujeto internacional. Unas veces como *reino*, favoreciendo su componente regional y otras, como *imperio*, favoreciendo su heterogeneidad cultural.

En un segundo epígrafe, que hemos denominado *Estado de la Cuestión*, abordaremos la información más actual sobre la imagen de España, de sus ciudadanos o de sus inputs y outputs a través de los datos obtenidos de las bases de datos científicas de la *Universidad Complutense de Madrid* (*Science Direct*, *ProQuest*, *Abi/Inform*, *Academic Research Library*, *Business Source Complete*, *US National Newspaper Abstracts*, entre otras) y de otras instituciones universitarias, revistas científicas y estudios oficiales que se indican en la bibliografía de este trabajo. Tomaremos como guías de estudio las directrices de análisis de Javier Noya (sobre la *Leyenda Blanca Española*) y el aparato de estudio formado por el *Foro de Marcas Renombradas Españolas*, el *Instituto Español de Comercio Exterior*, el *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*, el *Observatorio Permanente de la Imagen Exterior de España en la Prensa*, el *Instituto de Estudios Turísticos*, el *Instituto Nacional de Estadística* o el *Instituto Cervantes*, entre otros. Por último, abordaremos el estudio de los medios de comunicación nacionales e internacionales más relevantes sobre nuestro estudio, para analizar, a modo de termómetro, el protagonismo de España en la escena nacional e internacional.

Con el presente apartado, pretendemos conocer cuál es la imagen exterior de España desde todas sus ópticas y desde todas las regiones. Debido al desigual protagonismo de España en las diferentes zonas del mundo, a su peso irregular en las zonas de influencia y a su presente poder blando, la imagen de España se torna internacionalmente deformada, sesgada o sin promocionar, emitiendo una imagen-país, en principio, heterogénea.

Planteados los objetivos y las hipótesis y analizado el corpus teórico, el autor abordará el análisis de la parte empírica de la memoria académica. Debido a la necesidad de datos significativos y representativos que den mayor rigor científico al

estudio, hemos desechado la posibilidad de realizar encuestas a pie de calle para centrarnos en una muestra lo suficientemente relevante de filmes cinematográficos que posibilitase unas conclusiones precisas para orientar futuras obras de investigación.

El corpus empírico se basará en el estudio de **1620** películas españolas y extranjeras de todo género a través de **274** variables de análisis, con el fin de dar respuesta a los interrogantes planteados. Posteriormente, los datos obtenidos del análisis cinematográfico serán vertidos a una base de datos diseñada al efecto para poder tratar la información a través de los programas estadísticos *Microsoft Excel XP* y *SPSS 15.0 for Windows*, que nos ayudarán a cruzar y contrastar informáticamente los datos obtenidos, de cuyos resultados, podremos deducir nuestras conclusiones para este estudio.

Debido a la gran producción cinematográfica internacional (sobre todo en los últimos años) y a las políticas culturales de promoción nacional y regional, existe un gran universo fílmico a abordar en España. La forma de acceso a este estudio, ha sido a través del análisis de dos fuentes secundarias de rigor:

- Las producciones que la estadounidense *Box-Office Magazine* - organismo que cuantifica los éxitos de comercialización de las producciones cinematográficas a nivel mundial según los índices de *World Wide Box-Office* – considera como producciones más taquilleras a nivel mundial. Opción elegida para conocer las obras más comercializadas en el mundo (principalmente, occidental) y que en consecuencia, que también se han reproducido en España gracias a las distribuidoras transnacionales que operan en este sector.
- Las producciones que el *Ministerio de Cultura de España* cataloga como «películas más vistas en nuestro país», índice temático que se realiza a partir de los procesos de gestión administrativa del *Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales* (ICAA). Opción elegida para corroborar los datos de la anterior fuente en España. Sin embargo, debido a la falta de datos cuantificados con anterioridad al tercer milenio, esta fuente sólo nos ayuda a corroborar las obras más novedosas o aquellos *remakes* de pronta comercialización.

2.4 JUSTIFICACIÓN DE LA TEMÁTICA

La imagen que tienen los extranjeros de España y de los españoles y la imagen que nosotros – los españoles - tenemos de nosotros mismos es, por decirlo de algún modo, mi inquietud académica desde hace casi diez años.

Mi acercamiento a esta área, compleja, subjetiva, sesgada, contaminada e intangible, ha sido lento, interdisciplinar y enfocado desde muchas y muy distintas ópticas de estudio a través de los estudios de la carrera universitaria, de los talleres del máster universitario o de los seminarios predoctorales.

Pese a estar todavía en una edad que muchos pueden considerar *tierna*, desde mi temprana juventud siempre me he interesado por asuntos políticos y sociales que en muchas ocasiones, eran inherentes a amigos y compañeros. Con una mirada marciana (como daba cuenta Eric Berne en sus obras) analizaba, sin una base académica, muchas situaciones sobre nuestro país.

¿Por qué se dice que «África empieza en los Pirineos»? La idea que subyace en esas palabras y las connotaciones negativas que conlleva, parecen difíciles de ser erradicadas de la mente de españoles y de extranjeros, pero aún más difícil se hacía encajarlas en mi joven personalidad, ya confusa debido al impacto de mensajes como:

- «Este verano he ido de vacaciones a Europa» (¿Acaso España está fuera de Europa?),
- «En inglés, pelo castaño se escribe *dark hair*, pero el castaño para los ingleses es *brown hair*, nuestro pelo es más oscuro» (Aunque europeos, ¿no somos todos iguales?),
- «Españoles: toros, paella, gitanos y olé-olé» (¿Es así como nos ven nuestros vecinos europeos?),
- «Ya se sabe, *Spain is different*» (¿Por qué somos diferentes los españoles?),
- «Los españoles somos el país más grande de los pequeños o el más pequeño de los grandes de Europa» (¿Somos o no somos una potencia mundial?)

- «Un *SEAT* es de tecnología española, yo que tú, si no quieres tener el coche aparcado en el taller, me compraba un *Volkswagen*» (¿Existe algún problema con la tecnología española?)

Siempre me he sentido cinéfilo, a la hora de ver largometrajes – en su mayoría estadounidenses – me parecía curioso que, mientras a países como Francia o Italia se les bañaba en glamour (*Atrapa a un ladrón-1955* o *Vacaciones en Roma-1953*), a España – país vecino de estos - no se le diera tal trato. Y aún me sentía más frustrado al comprobar que a los españoles se nos mostraba - casi siempre – caricaturizados y caracterizados, proyectando en nosotros mismos una imagen distorsionada y deformada de la que teníamos realmente de nosotros mismos. Todo ello, hizo brotar en mí la impaciencia por conocer los *porqués* de aquellas circunstancias.

Y así, viviendo las modificaciones que trajo para España el *Tratado de Maastricht*⁴, los esfuerzos de la convergencia europea, los escándalos políticos de los '90 y tantos otros avatares de mi infancia, se fueron grabando en mi cabeza una larga lista de afirmaciones, tópicos y estereotipos que conforman lo que hoy es el germen de esta tesis.

Ya en nuestros días y años después de aquellos periplos cognitivo-reflexivos de alpargata, con una trayectoria académico-laboral intensa, quise analizar todas estas cuestiones de una manera más profunda y formal. Como comúnmente se dice: «de aquellos lodos, estos barro»; más específicamente, este estudio. La duda era: ¿cómo hacerlo?

⁴ El *Tratado de la Unión Europea* (TUE), conocido también como *Tratado de Maastricht* por haber sido firmado el 7 de febrero de 1992 en la localidad holandesa que lleva dicho nombre, es un tratado que modifica los tratados fundacionales de las *Comunidades Europeas* (*Tratado de París* (1951), *los Tratados de Roma de 1957* y *el Acta Única Europea de 1986*). Constituye un paso crucial en el proceso de integración europeo, pues se sobrepasaba por primera vez el objetivo económico inicial de las comunidades y se le da una vocación de carácter político.

2.4.1 Detonante hipotético de esta tesis

Desde el año 2005, he tenido oportunidad de seguir muy de cerca todos los estudios del investigador principal del *Área de Imagen Exterior de España y Opinión Pública* del *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*⁵, el *Doctor en Ciencias Políticas y Sociología* y profesor titular del *Departamento de Sociología* de la *Universidad Complutense de Madrid*, Javier Noya⁶, uno de los mayores expertos en España en la materia. Hecho, que me ha obligado a conocer y manejar las fuentes de información de interés para copar mis inquietudes en estos campos.

Durante los años 2005 y 2006, trabajé en la organización de las jornadas patrocinadas por *The Economist*⁷, denominadas *Economist Conferences*, en las que, cada año, con la participación de expertos y políticos de primer nivel, donde diferentes especialistas analizan el papel político y económico de España en el mundo. Trabajo, que agradecí en demasía, al constatar que no era el único en este mundo en padecer tales incomprensiones sobre España.

Del mismo modo, en 2006, colaboré con la *Fundación Consejo España-Estados Unidos*⁸ y con la *Fundación Rafael del Pino*⁹ en la organización de las jornadas *El protagonismo de España en la Independencia de los Estados Unidos*, junto con la *Real*

⁵ El *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos* es un *think tank* creado en España en 2001. Con sede en Madrid, se constituyó, bajo la presidencia de honor del *Príncipe de Asturias*, el 27 de diciembre de 2001

⁶ Javier Noya Miranda es *Doctor en Sociología* es *Profesor Titular de Teoría Sociológica Contemporánea* en el Departamento de Sociología V de la Universidad Complutense de Madrid e *Investigador Principal de Imagen Exterior y Opinión Pública* del *Real Instituto Elcano*. Entre otras publicaciones es autor de los libros *Ciudadanos Ambivalentes*, publicado por el CIS, y *Diplomacia Pública para el siglo XXI*, publicado por Ariel.

⁷ *The Economist*, es una publicación semanal británica de política, relaciones internacionales y negocios, dirigida a una audiencia mundial. El 80% de sus ventas se producen fuera del Reino Unido.

⁸ La *Fundación Consejo España-Estados Unidos* es una iniciativa de la sociedad civil con participación de grandes empresas, instituciones culturales y académicas, miembros de la administración y representantes de partidos políticos, creada con el propósito de fomentar los vínculos ya existentes en diversos campos de actividad- económico, financiero, cultural, educativo, político, profesional- entre la sociedad y las instituciones españolas y estadounidenses, que permita un mejor entendimiento mutuo y genere nuevos proyectos provechosos en todos esos ámbitos.

⁹ La *Fundación Rafael del Pino* tiene como principal objetivo contribuir a la mejora de los conocimientos de los dirigentes de la España del futuro para que puedan desarrollar con todo éxito sus capacidades y transformar el conocimiento en riqueza.

*Academia de la Historia*¹⁰. Unas jornadas que pretendían rescribir y reclamar el protagonismo de la España de finales del siglo XVIII en la independencia de los EEUU y que me ayudaron a comprender el vacío literario existente sobre el papel de España en el mundo.

En este mismo año, presenté ante el tribunal calificador del *Master en Comunicación Periodística, Institucional y Empresarial* de la *Universidad Complutense de Madrid* un trabajo de investigación, dirigido por el profesor y catedrático Dr. D. Felicísimo Valbuena de la Fuente, director del programa magíster universitario que estaba finalizando, titulado: *España: marca internacional e identidad colectiva*, en el que profundicé en las causas de los estereotipos que existen alrededor de España y de los españoles. Este trabajo, obtuvo, por parte del tribunal calificador, la nota de *sobresaliente* – máxima calificación - y en una anotación al margen, se me animaba a proyectar aquellas ideas en una futura tesis doctoral.

Precisamente, fue en estos años y motivado por los estudios del Master, cuando surgió el detonante hipotético que plantearía el grueso de esta tesis: «¿La España que yo veo todos los días es la misma que la veo proyectada en televisión?».

Este interrogante se planteaba al comprobar cómo algunos de mis compañeros de Master y de trabajo, de origen mexicano, se extrañaban que en España los personajes de las series de televisión se correspondieran con los ciudadanos del día a día, es decir, que la realidad proyectada se correspondiera con la realidad social. El problema se derivaba de que en México, se distinguían distintos grupos raciales: un 80% de población mestiza, un 10% de la población descendiente principalmente de España e Italia (proveniente de las migraciones de la segunda mitad del siglo XX) y un 10% de población indígena (grupos nahuas, mayas, mixtecas y zapotecas, localizados en el sudeste del país)¹¹. Sin embargo, en boca de estos amigos y compañeros, era el 10% de la población de origen europeo quien representaba en la mayor parte de las series

¹⁰ La *Real Academia de la Historia de España* es una institución oficial encargada del estudio de la *Historia de España*, antigua y moderna, política, civil, eclesiástica, militar, de las ciencias, letras y artes, o sea, de los diversos ramos de la vida, civilización y cultura de los pueblos españoles, y tiene su sede en la Villa de Madrid.

¹¹ *Centro de Información y Documentación Empresarial sobre Iberoamérica*. Edición electrónica (01 de mayo de 2007): <http://www.cideiber.com/infopaises/Mexico/Mexico-02-01.html>

audiovisuales de TV al 90% restante de la población, produciendo una distorsión entre la realidad social y televisada. Nacía en mí el «detonante hipotético» para este estudio.

Con una idea clara de mis propósitos académicos, me matriculé - en el curso 2006/2007 - en el *Doctorado en Marketing* de la *Universidad Complutense de Madrid*, con el fin de profundizar en este proyecto y de comprender la metodología al uso en estas cuestiones.

En este primer año docente de postgrado, asistí a los seminarios: *Marca del Distribuidor*, con el profesor Dr. D. José Antonio Puelles Pérez y con la profesora Dra. D^a. María Puelles Gallo; *Marketing Turístico*, con el profesor Dr. D. Ladislao González Ruiz; *Marketing y Comunicación*, con el profesor Dr. D. José Ramón Sánchez Guzmán; *Marketing Político*, con el profesor Dr. D. José Santiago Merino y *Métodos y Estrategias de Posicionamiento*, con el profesor Dr. D. Luis Ángel Sanz de la Tajada.

Un año después, durante el curso 2007/2008, me matriculé en el CAP, *Certificado de Aptitud Pedagógica*, en el área de *Especialización Didáctica en Historia y Geografía*, para poder ahondar en las bases históricas y en el revisionismo de la literatura existente sobre los fundamentos de la actual imagen exterior de España.

Por su parte, en el programa de *Doctorado*, durante el mismo año, me presenté al tribunal calificador que evalúa la suficiencia investigadora con un trabajo titulado *Aproximación al estudio de los filtros y embajadores de la Marca España, su notoriedad en la prensa internacional y su relación con el turismo, la inversión extranjera y las exportaciones españolas*, dirigido por el profesor y catedrático Dr. D. José Ramón Sánchez Guzmán¹², con el que obtuve en el *Diploma en Estudios Avanzados* una calificación de *sobresaliente* - máxima calificación del examen -.

En definitiva, veinte años después de que me levantara asustado del sofá al ver lo ridículos que parecíamos los españoles al lado de David Niven, emulando a Mr.

¹² José Ramón Sánchez Guzmán, es *Doctor Universitario* y *Catedrático de Marketing* de la *Universidad Complutense de Madrid* en el *Departamento de Investigación y Comercialización de Mercados* y profesor de *Teoría e Historia de la Publicidad* en la *Facultad de Ciencias de la Información* de la misma universidad.

Phileas Fogg, en la película *La vuelta al mundo en 80 días* (1956)¹³, comparezco ante este tribunal - que juzga la obtención del grado de doctor- , para poder explicar los *cómos* y los *porqués* de aquella caracterización y de todas estas otras inquietudes.

2.4.2 España, un país de leyenda

Pocos países como el nuestro han vivido, históricamente, tan agobiados por descifrar el laberinto de señas de identidad y por mirarse en el espejo narcisista, cual madrastra de Blancanieves, para conocer la opinión que de sí misma se tenía más allá de nuestras fronteras. Sobre todo, en situaciones de crisis, en España se ha tendido claramente al enemistamiento y de ahí a un extraño complejo de persecución, un síndrome de ansiedad depresiva que incluso, algunos psiquiatras, han intentado explicarlo psicopatológicamente (López Ibor; 1969:210-212).

Si bien, la *Leyenda Negra* española – como más adelante veremos -, es un sambenito de nuestra cultura y quizá, la máxima representación de nuestra identidad común, parece que su terminología se ha puesto de moda en los últimos tiempos y prácticamente todo aquello que la Historia no es capaz de narrar, se torna así: leyenda y negra. Y es que, cuando hablamos de *Leyenda Negra*, no nos referimos a temáticas relacionadas con la masonería, el oscurantismo, los secretismos o lo esotérico, como muchos creen, sino al conjunto de deformaciones históricas que se han vertido sobre nuestro país a lo largo de los siglos.

Sin embargo, frente a esa *Leyenda Negra* y tergiversadora de nuestra historia, en el siglo XVIII y sobre todo, en el siglo XIX aparecerá una *Leyenda Amarilla* sobre nuestro país, una hispanomanía romántica que sublimará la *españolada* con logros culturales evidentes (*Carmen* de Merimée-Bizet, *Don Carlos* de Verdi, *Cuentos de La Alhambra* de Irving...) y que teñirá de un cierto amarillo el antiguo color negro de la leyenda, con el subsiguiente reduccionismo andalucista de lo español.

¹³ Basada en la novela homónima de Julio Verne.

A finales del siglo XX, la transición política española, la internacionalización de los grandes conglomerados nacionales, la europeización de nuestro sistema democrático y los éxitos españoles en ámbitos como el deporte o la cultura, crearán el tejido de una tercera leyenda sobre nuestro país: la *Leyenda Blanca*.

Debido a la anacronía de ciertos aspectos de nuestra imagen-país y al peso de España en áreas geoestratégicas internacionales como la Unión Europea, Iberoamérica o el mundo árabe, conocer el peso de estas tres leyendas (*Negra*, *Amarilla* y *Blanca*) en cada uno de estos ámbitos internacionales se presenta capital para el autor de esta tesis.

Leyenda Negra en lo negativo, *Leyenda Amarilla* en lo exótico y una *Leyenda Blanca* en lo positivo y más nuevo de nuestro país, conforman los tres pilares capitales de nuestra imagen-país.

2.4.3 Breve resumen profesional

En el campo académico, soy *Licenciado en Ciencias de la Información*, especialidad en *Periodismo* (2005, *Universidad Complutense de Madrid*), *Magister Universitario en Comunicación Periodística, Institucional y Empresarial* (2007, *Universidad Complutense de Madrid*) y poseo el *Diploma en Estudios Avanzados* (2008, *Universidad Complutense de Madrid*) y el *Certificado de Aptitud Pedagógica*, especialidad en *Historia y Geografía* (2008, *Universidad Complutense de Madrid*).

Sin contar con este Doctorado (*Programa de doctorado en Ciencias Económicas y de la Información*, especialidad en *Marketing* – 2009, *Universidad Complutense de Madrid*), espero concluir también la carrera de *Derecho* (*Universidad Nacional de Educación a Distancia*) en unos años.

En el campo laboral, durante los presentes años, he trabajado para *The Economist*, organizando las denominadas *Economist Conferences*; con la *Fundación Consejo España-Estados Unidos* y con la *Fundación Rafael del Pino*, en la organización de las jornadas *El protagonismo de España en la Independencia de los*

Estados Unidos; así como para las multinacionales *Coca-Cola Iberian Division*, *MasterCard*, *Google* o *Visa Europe*, a través de sus diversas consultoras estratégicas en España: *Weber Shandwick Worldwide* y *FJ Communications*.

De forma directa, he trabajado en el departamento de comunicación del *Senado de España*, institución responsable de parte de la política exterior del país; en el departamento de comunicación y marketing de la *Fundación Europea College of Europe – Madariaga* (Bruselas), desde donde se estudian las políticas de actuación y de participación en la ciudadanía de la *Unión Europea*, en el comité ejecutivo regional de *UGT* en La Rioja como técnico superior del programa de *Orientación e Inserción Laboral de Inmigrantes del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y del Fondo Social Europeo*, así como para la *Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)* como profesor titular de las áreas de comunicación y marketing del *Grado en Comunicación*.

2.5 OBJETIVOS

Una vez planteado, explicado y justificado el detonante hipotético de esta tesis, me gustaría indicar los objetivos que quisiera conseguir con este trabajo de investigación.

Independientemente de las hipótesis planteadas - que posteriormente se desarrollarán - y que conforman el corpus hipotético de este estudio, a la hora de plantear este trabajo de investigación, he querido remarcar - primeramente - las ideas sobre las que de alguna manera, giran todos los conceptos que de una u otra forma se van a desarrollar en este estudio.

Objetivo 1 (O1): *Comprobar si existe una evolución entre la imagen mostrada de España, de sus ciudadanos o de sus outputs e inputs entre las primeras obras cinematográficas de la historia y las producciones más novedosas*

Como veremos en este trabajo, la imagen exterior de España y las variables que en ella influyen, han ido modificándose y gestándose a razón de países y épocas, siendo en unas ocasiones buenas y en otras no tan buenas para nuestros intereses internacionales. A través de la muestra de estudio, debido a la evolución cronológica, a las diferentes técnicas y géneros y también, como es obvio, a la posición de España y a los cambios que en ella se han acontecido, resulta capital conocer dicha evolución.

Objetivo 2 (O2): *Conocer si la producción nacional cinematográfica difiere a la producción internacional y cómo la imagen de España, de sus ciudadanos o de sus outputs e inputs es tratada en unas y otras producciones*

Como reza el título de esta obra de análisis, pretendo estudiar la imagen exterior de España, tal y como España la ve y una buena forma de llevar a cabo dicho estudio es a través de la producción cinematográfica nacional, donde se reflejarán los estereotipos, prejuicios o caracterizaciones sobre nuestro país, si los hubiese, como en otros países así se reflejan cuando versan sus obras sobre España, demostrando la visión que tenemos de nosotros mismos y la que foráneos demuestran de nosotros.

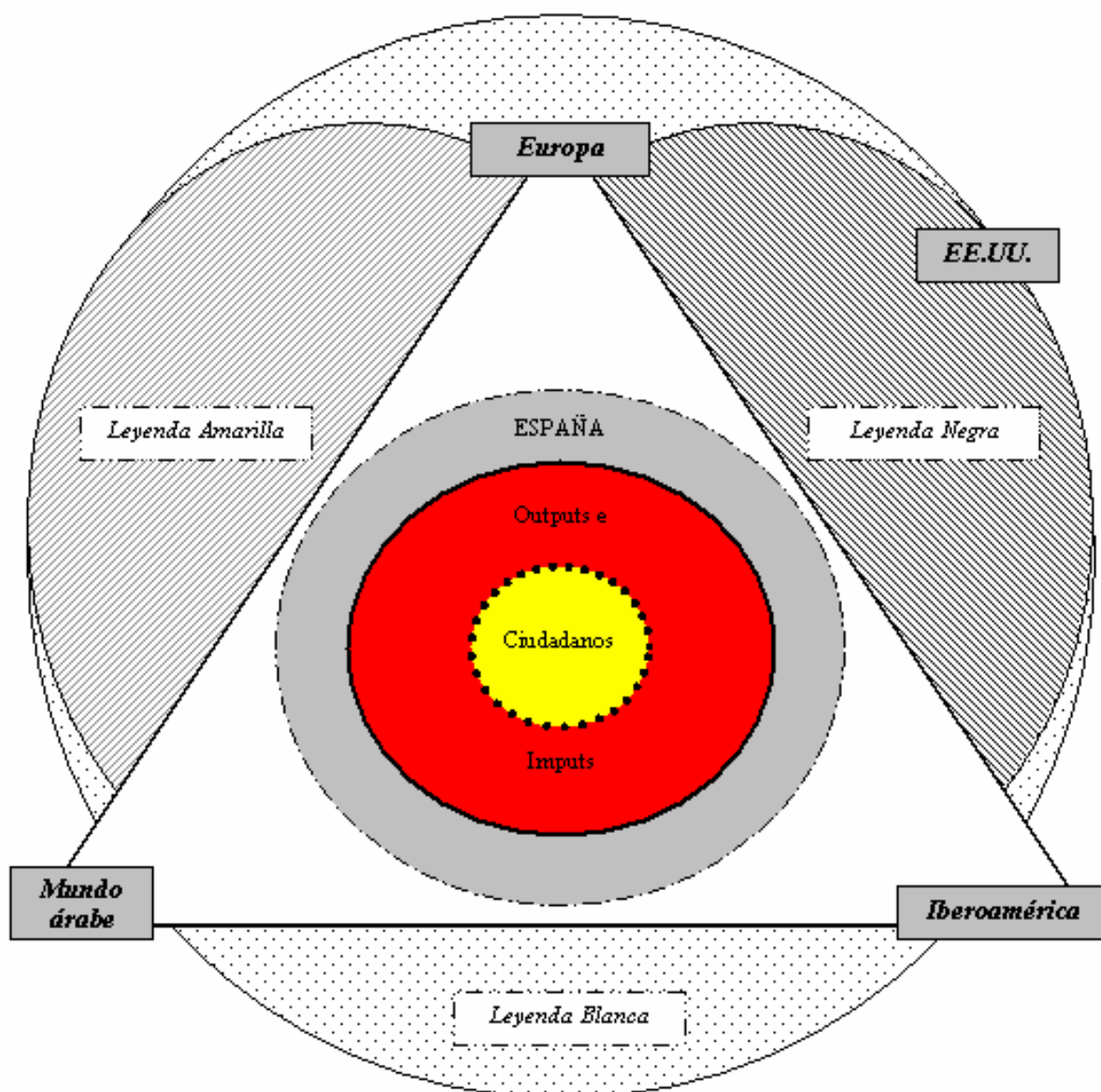
Objetivo 3(O3): *Analizar la capacidad de España para influir a través del cine nacional en la formación de su imagen-país y la neutralización de los sesgos históricos*

Como afirmaban Rodríguez Zapatero, presidente del *Gobierno de España* y Domingo Jiménez Beltrán, fundador del *Observatorio de la Sostenibilidad en España* en 2008 con motivo de la publicación de *Una verdad incómoda* por Al Gore, el cambio climático es una oportunidad histórica para España porque puede liderar la tercera revolución industrial, basada en las energías renovables. España, como trataremos de analizar en este trabajo, se ha convertido en los últimos diez años en una potencia cultural, deportiva, económica, militar y política relevante y con una capacidad de influencia más que dilatada, gracias a lo que algunos llaman el poder blando español. Si la Dictadura de Franco usó la *Compañía Industrial de Film Español* (CIFESA), como aparato propagandístico, comprobar la capacidad de la España de hoy para generar obras de interés que mejoren y potencien nuestros outputs e inputs se torna también de interés para este trabajo.

De este modo, de forma explícita e implícita, a lo largo del corpus de hipótesis principales y secundarias que más tarde veremos, estudiaré estos tres objetivos, pilares esenciales de esta tesis.

2.6 HIPÓTESIS BÁSICAS Y COMPLEMENTARIAS

2.6.1 Gráfico temático del marco hipotético



2.6.2 Hipótesis planteadas para este estudio

Hipótesis teórica (T1):

T1: Las películas españolas representarán en sus tramas una España estereotipada o caracterizada, una visión deformada de nuestra realidad

El vicepresidente del *Instituto Español de Comercio Exterior* (ICEX), Ángel Martín Acebes, afirmaba en una entrevista al periódico *El País*, del 21 de junio de 2006, titulada «*Superar el 'Spain is different'*» que «los estereotipos viven más dentro de nosotros que en el extranjero». En este sentido, corroboraba la idea vertida por Pierre Chaunu en su *Leyenda Negra Antihispánica* (1964:196) al afirmar que «la Leyenda Negra es el reflejo de un reflejo, una imagen doblemente deformada: la imagen exterior de España tal como España la ve».

Hipótesis básica (B1a):

B1a: Si **T1** es cierta, entonces, el rol que juegue España, los españoles o sus outputs e inputs en la trama de las películas españolas será negativo

Hipótesis complementaria (C1aa):

C1aa: Si **B1a** es cierta, entonces, el personaje de perseguidor – versus salvador y víctima - en las películas españolas, si lo hubiese, representará un ciudadano español

Hipótesis complementaria (C1ab):

C1ab: Si **B1a** es cierta, entonces, el rol de España en las películas españolas, como sujeto internacional, versará sobre un país perseguidor (conquistador, invasor, atacante o ávido de riquezas)

Hipótesis complementaria (C1ac):

C1ac: Si **B1a** es cierta, entonces, los outputs e inputs españoles serán los detonantes de la trama en las películas españolas

Hipótesis básica (B1b):

B1b: Si **T1** es cierta, entonces, la trama de las películas españolas estará influenciada por la historia del país

Hipótesis complementaria (C1ba):

C1ba: Si **B1b** es cierta, entonces, la época del imperio español será un tema recurrente en las películas españolas, debido a la leyenda negra

Hipótesis complementaria (C1bb):

C1bb: Si **B1b** es cierta, entonces, la cultura y folclore andaluz será un tema recurrente en las películas españolas, debido a la leyenda amarilla

Hipótesis complementaria (C1bc):

C1bc: Si **B1b** es cierta, entonces, la época franquista será un tema recurrente en las películas españolas, debido a su cercanía, importancia y al hecho de aunar aspectos de la leyenda negra y amarilla

Hipótesis complementaria (C1bd):

C1bd: Si **B1b** es cierta, entonces, el desarrollo español de principios del siglo XXI serán un tema recurrente en las películas españolas, debido a la leyenda blanca

Hipótesis teórica (T2):

T2: España será representada en los largometrajes cinematográficos como un país tan europeo como iberoamericano

La presencia oficial de España en América se produjo desde 1492 hasta 1898 y a día de hoy, sigue manteniendo enormes lazos culturales, políticos y económicos. El presidente del *Foro de Marcas Renombradas Españolas*, José Luis Bonet, afirmó en una conferencia en Madrid sobre nuestra marca-país que España tiene «un idioma que hablan 400 millones de personas, 40 de ellos en Estados Unidos y una influencia cultural, económica y política en dos continentes: Latinoamérica y Europa». En este sentido, M^a Teresa Fdz. de la Vega, vicepresidenta del *Gobierno de España*, en su viaje a Iberoamérica - 06 de agosto de 2008 - afirmó que España es un puente natural, «somos Iberoamérica y somos Europa, nuestra situación es única».

Hipótesis básica (B2a):

B2a: Si **T2** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas españolas existirá un gran número de personajes iberoamericanos

Hipótesis complementaria (C2aa):

C2aa: Si **B2a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Hipótesis complementaria (C2ab):

C2ab: Si **B2a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes iberoamericanos

Hipótesis complementaria (C2ac):

C2ac: Si **B2a** es cierta, entonces, actores iberoamericanos interpretarán a personajes españoles

Hipótesis básica (B2b):

B2b: Si **T2** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas iberoamericanas existirá un gran número de personajes españoles

Hipótesis complementaria (C2ba):

C2ba: Si **B2b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Hipótesis complementaria (C2bb):

C2bb: Si **B2b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes iberoamericanos

Hipótesis complementaria (C2bc):

C2bc: Si **B2b** es cierta, entonces, actores iberoamericanos interpretarán a personajes españoles

Hipótesis básica (B2c):

B2c: Si **T2** es cierta, entonces, en el resto de producciones cinematográficas extranjeras aparecerán, indistintamente, actores y personajes españoles e iberoamericanos interpretándose así mismos o a los otros

Hipótesis complementaria (C2ca):

C2ca: Si **B2c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Hipótesis complementaria (C2cb):

C2cb: Si **B2c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes iberoamericanos

Hipótesis complementaria (C2cc):

C2cc: Si **B2c** es cierta, entonces, actores iberoamericanos interpretarán a personajes españoles

Hipótesis básica (B2d):

B2d: Si **T2** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones españolas

Hipótesis complementaria (C2da):

C2da: Si **B2c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en América

Hipótesis complementaria (C2db):

C2db: Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Hipótesis complementaria (C2dc):

C2dc: Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Hipótesis complementaria (C2dd):

C2dd: Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Hipótesis básica (B2e):

B2e: Si **T2** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones iberoamericanas

Hipótesis complementaria (C2ea):

C2ea: Si **B2c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en América

Hipótesis complementaria (C2eb):

C2eb: Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Hipótesis complementaria (C2ec):

C2ec: Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Hipótesis complementaria (C2ed):

C2ed: Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Hipótesis básica (B2f):

B2f: Si **T2** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en el resto de producciones extranjeras

Hipótesis complementaria (C2fa):

C2fa: Si **B2c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en América

Hipótesis complementaria (C2fb):

C2fb: Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Hipótesis complementaria (C2fc):

C2fc: Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Hipótesis complementaria (C2fd):

C2fd: Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Hipótesis teórica (T3):

T3: España será representada en los largometrajes cinematográficos como un país tan europeo como árabe

El dominio árabe en España se produjo oficialmente desde el 711 hasta el 1492, alargándose su presencia en la península algunas décadas más. Según el especialista Javier Noya, en una entrevista al periódico *El País*, del 21 de junio de 2006, titulada *Superar el 'Spain is different'*, afirmaba que «debemos jugar la carta española de Al Andalus, trabajar más con las universidades y las ONG, vender paz, ayuda, cultura, lengua española, nuestros valores políticos y democráticos». Por su parte, en el discurso de Barack Obama, del 04 de junio de 2009, en El Cairo, el presidente de EEUU afirmó que «el islam es parte de América y también de Occidente, como podemos ver en la historia de Andalucía y de Córdoba durante la Inquisición, con valores de tolerancia religiosa y de igualdad racial».

Hipótesis básica (B3a):

B3a: Si **T3** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas españolas existirá un gran número de personajes árabes

Hipótesis complementaria (C3aa):

C3aa: Si **B3a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Hipótesis complementaria (C3ab):

C3ab: Si **B3a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes árabes

Hipótesis complementaria (C3ac):

C3ac: Si **B3a** es cierta, entonces, actores árabes interpretarán a personajes españoles

Hipótesis básica (B3b):

B3b: Si **T3** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas árabes existirá un gran número de personajes españoles

Hipótesis complementaria (C3ba):

C3ba: Si **B3b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Hipótesis complementaria (C3bb):

C3bb: Si **B3b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes árabes

Hipótesis complementaria (C3bc):

C3bc: Si **B3b** es cierta, entonces, actores árabes interpretarán a personajes españoles

Hipótesis básica (B3c):

B3c: Si **T3** es cierta, entonces, en el resto de producciones cinematográficas extranjeras aparecerán, indistintamente, actores y personajes españoles y árabes interpretándose así mismos o a los otros

Hipótesis complementaria (C3ca):

C3ca: Si **B3c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Hipótesis complementaria (C3cb):

C3cb: Si **B3c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes árabes

Hipótesis complementaria (C3cc):

C3cc: Si **B3c** es cierta, entonces, actores árabes interpretarán a personajes españoles

Hipótesis básica (B3d):

B3d: Si **T3** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones españolas

Hipótesis complementaria (C3da):

C3da: Si **B3c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en el mundo árabe

Hipótesis complementaria (C3db):

C3db: Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Hipótesis complementaria (C3dc):

C3dc: Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Hipótesis complementaria (C3dd):

C3dd: Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Hipótesis básica (B3e):

B3e: Si **T3** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones árabes

Hipótesis complementaria (C3ea):

C3ea: Si **B3c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en América

Hipótesis complementaria (C3eb):

C3eb: Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Hipótesis complementaria (C3ec):

C3ec: Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Hipótesis complementaria (C3ed):

C3ed: Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Hipótesis básica (B3f):

B3f: Si **T3** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en el resto de producciones extranjeras

Hipótesis complementaria (C3fa):

C3fa: Si **B3c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en América

Hipótesis complementaria (C3fb):

C3fb: Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Hipótesis complementaria (C3fc):

C3fc: Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Hipótesis complementaria (C3fd):

C3fd: Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Hipótesis teórica (T4):

T4: España será representada en los largometrajes cinematográficos como un país 100% europeo, alejado del mundo iberoamericano y árabe

Javier Pardo de Santayana y Coloma, profesor de la *Universidad Complutense de Madrid*, en la revista *Cuenta y Razón del Pensamiento Actual* de enero de 1997 (1997:101) analizó el papel de España en la defensa de la Unión Europea. En este sentido, ante los últimos hitos de la construcción europea y el papel de la nueva constitución europea, el ministro de asuntos exteriores, Miguel Angel Moratinos, expresó, en una entrevista al diario *El Economista*, del 10 de marzo de 2008, que «hay un proyecto siempre europeísta por parte del gobierno socialista y del presidente Zapatero. Hemos sido quizás los que más hemos impulsado la integración europea. Seguimos creyendo en Europa y lo vamos a seguir demostrando».

Hipótesis básica (B4a):

B4a: Si **T4** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas españolas existirá un gran número de personajes europeos

Hipótesis complementaria (C4aa):

C4aa: Si **B4a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Hipótesis complementaria (C4ab):

C4ab: Si **B4a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes europeos

Hipótesis complementaria (C4ac):

C4ac: Si **B4a** es cierta, entonces, actores europeos interpretarán a personajes españoles

Hipótesis básica (B4b):

B4b: Si **T4** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas europeas existirá un gran número de personajes españoles

Hipótesis complementaria (C4ba):

C4ba: Si **B4b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Hipótesis complementaria (C4bb):

C4bb: Si **B4b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes europeos

Hipótesis complementaria (C4bc):

C4bc: Si **B4b** es cierta, entonces, actores europeos interpretarán a personajes españoles

Hipótesis básica (B4c):

B4c: Si **T4** es cierta, entonces, en el resto de producciones cinematográficas extranjeras aparecerán, indistintamente, actores y personajes españoles y europeos interpretándose así mismos o a los otros

Hipótesis complementaria (C4ca):

C4ca: Si **B4c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Hipótesis complementaria (C4cb):

C4cb: Si **B4c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes europeos

Hipótesis complementaria (C4cc):

C4cc: Si **B4c** es cierta, entonces, actores europeos interpretarán a personajes españoles

Hipótesis básica (B4d):

B4d: Si **T4** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones españolas

Hipótesis complementaria (C4da):

C4da: Si **B4c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en la UE

Hipótesis complementaria (C4db):

C4db: Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Hipótesis complementaria (C4dc):

C4dc: Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Hipótesis complementaria (C4dd):

C4dd: Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Hipótesis básica (B4e):

B4e: Si **T4** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones europeas

Hipótesis complementaria (C4ea):

C4ea: Si **B4c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en la UE

Hipótesis complementaria (C4eb):

C4eb: Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Hipótesis complementaria (C4ec):

C4ec: Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Hipótesis complementaria (C4ed):

C4ed: Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Hipótesis básica (B4f):

B4f: Si **T4** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en el resto de producciones extranjeras

Hipótesis complementaria (C4fa):

C4fa: Si **B4c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en la UE

Hipótesis complementaria (C4fb):

C4fb: Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Hipótesis complementaria (C4fc):

C4fc: Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Hipótesis complementaria (C4fd):

C4fd: Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Hipótesis teórica (T5):

T5: La industria cinematográfica española promociona a España, a sus outputs-inputs o a sus ciudadanos en los largometrajes nacionales

El estudioso Vicent Lluís Salavert Fabián, indicó que «en España fue siempre necesario un taller propagandístico que defendiera los intereses españoles». Según Simon Anholt, la gran referencia mundial en cuanto al estudio de lo que marca-país se refiere, seis son las variables para analizar una marca-país en su conjunto: su turismo, sus exportaciones, su inversión extranjera, su gente, su política y la inmigración que recibe.

Hipótesis básica (B5a):

B5a: Si **T5** es cierta, entonces, al ser el turismo un pilar fundamental de nuestra economía, éste será una temática recurrente en las producciones españolas

Hipótesis complementaria (C5aa):

C5aa: Si **B5a** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que el turismo sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre protagonistas extranjeros de países cuyo destino principal sea España

Hipótesis complementaria (C5ab):

C5ab: Si **B2a** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que el turismo sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre actores extranjeros de países cuyo destino principal sea España

Hipótesis complementaria (C5ac):

C5ac: Si **B5a** es cierta, entonces, las producciones en las que el turismo sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre espacios geográficos de países cuyo destino principal sea España

Hipótesis básica (B5b):

B5b: Si **T5** es cierta, entonces, al haber aumentado las inversiones extranjeras en España durante la última década, éstas serán una temática recurrente en las producciones españolas

Hipótesis complementaria (C5ba):

C5ba: Si **B5b** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que inversiones extranjeras en España sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre protagonistas extranjeros de países cuyo destino principal de inversiones sea España

Hipótesis complementaria (C5bb):

C5bb: Si **B5b** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que inversiones extranjeras en España sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre actores extranjeros de países cuyo destino principal de inversiones sea España

Hipótesis complementaria (C5bc):

C5bc: Si **B5b** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que inversiones extranjeras en España sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre espacios geográficos de países cuyo destino principal de inversiones sea España

Hipótesis básica (B5c):

B5c: Si **T5** es cierta, entonces, al tener España una economía internacionalizada, sus exportaciones serán una temática recurrente en las producciones españolas

Hipótesis complementaria (C5ca):

C5ca: Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre protagonistas extranjeros de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Hipótesis complementaria (C5cb):

C5cb: Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre actores extranjeros de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Hipótesis complementaria (C5cc):

C5cc: Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre espacios geográficos de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

B5d: Si **T5** es cierta, entonces, al copar la población inmigrante en torno al **20%** de la población española en 2009, ésta serán una temática recurrente en las producciones españolas

Hipótesis complementaria (C5da):

C5da: Si **B5d** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre protagonistas extranjeros de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Hipótesis complementaria (C5db):

C5db: Si **B5d** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre actores extranjeros de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Hipótesis complementaria (C5dc):

C5dc: Si **B5d** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre espacios geográficos de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Hipótesis básica (B5d):

B5d: Si **T5** es cierta, entonces, debido a la importancia que ha tomado nuestra lengua, nuestra cultura, nuestra macroeconomía, nuestra política, nuestro deporte y otros parámetros de nuestra sociedad, éstas serán una temática recurrente en las producciones españolas

Hipótesis complementaria (C5da):

C5da: Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que estos parámetros sea una temática recurrente, versarán sobre protagonistas/embajadores españoles

Hipótesis complementaria (C5db):

C5db: Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que estos parámetros sea una temática recurrente, versarán sobre actores españoles emulando a personajes españoles de éxito

Hipótesis complementaria (C5dc):

C5dc: Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que estos parámetros sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre espacios geográficos españoles

Hipótesis teórica (T6)

T6: El género peplum es un tipo de cine poco explotado por nuestra industria cinematográfica

El productor norteamericano Samuel Goldwyn solía afirmar que el cine de Hollywood era sólo entretenimiento, no una máquina propagandística y que «el que quiera enviar un mensaje, que use *Western Union*» (Kendall, 2000:103/00). Sin embargo, la influencia del cine en nuestros mecanismos de cognición e interpretación de la realidad se ha constatado con numerosos estudios a lo largo de la segunda parte del siglo XX. De acuerdo con la investigación psicológica, el cine ejerce una influencia decisiva en la vida de las personas (Pérez Álvarez, 1999:39-46), tiene la capacidad de crear iconos y mimesis. Así, según el escritor Manuel de Prada, en una entrevista del 13 de agosto de 2008 en los *Cursos de Verano de El Escorial*, «en España no se cultiva el cine histórico, un género que a la gente le ha gustado siempre pero que no se ofrece porque pesa el prejuicio ideológico»

Hipótesis básica (B6a):

B6a: Si **T6** es cierta, entonces, los largometrajes sobre género peplum que versen directamente sobre España, sobre sus outputs-inputs o sobre sus ciudadanos serán mayoritariamente de origen extranjero

Hipótesis complementaria (C6aa):

C6aa: Si **B6** es cierta, entonces, la imagen proyectada en este tipo de filmes se hallará bajo el paraguas de la *Leyenda Negra o Amarilla*

Hipótesis básica (B6b):

B6b: Si **T6** es cierta, entonces, los largometrajes españoles versarán mayoritariamente sobre otro tipo de géneros cinematográficos

Hipótesis complementaria (C6ba):

C6ba: Si **B6b** es cierta, entonces, la producción cinematográfica española en otros géneros evitará centrarse en asuntos históricos sobre España

Hipótesis complementaria (C6bb):

C6bb: Si **B6b** es cierta, entonces, la producción cinematográfica española se centrará en géneros que representen la realidad actual de España

Hipótesis básica (B6c):

B6c: Si **T6** es cierta, entonces, las producciones españolas de cine peplum tratarán sobre temáticas con potencias o enemigos exógenos y no sobre enfrentamientos internos

Hipótesis complementaria (C6ca):

C6ca: Si **B6c** es cierta, entonces, los personajes enemigos de España en este tipo de películas serán ciudadanos extranjeros

Hipótesis complementaria (C6cb):

C6cb: Si **B6c** es cierta, entonces, las actores que den vida a los personajes enemigos de España en este tipo de películas serán ciudadanos extranjeros

Hipótesis complementaria (C6cc):

C6cc: Si **B6c** es cierta, entonces, las potencias enemigas principales serán europeas

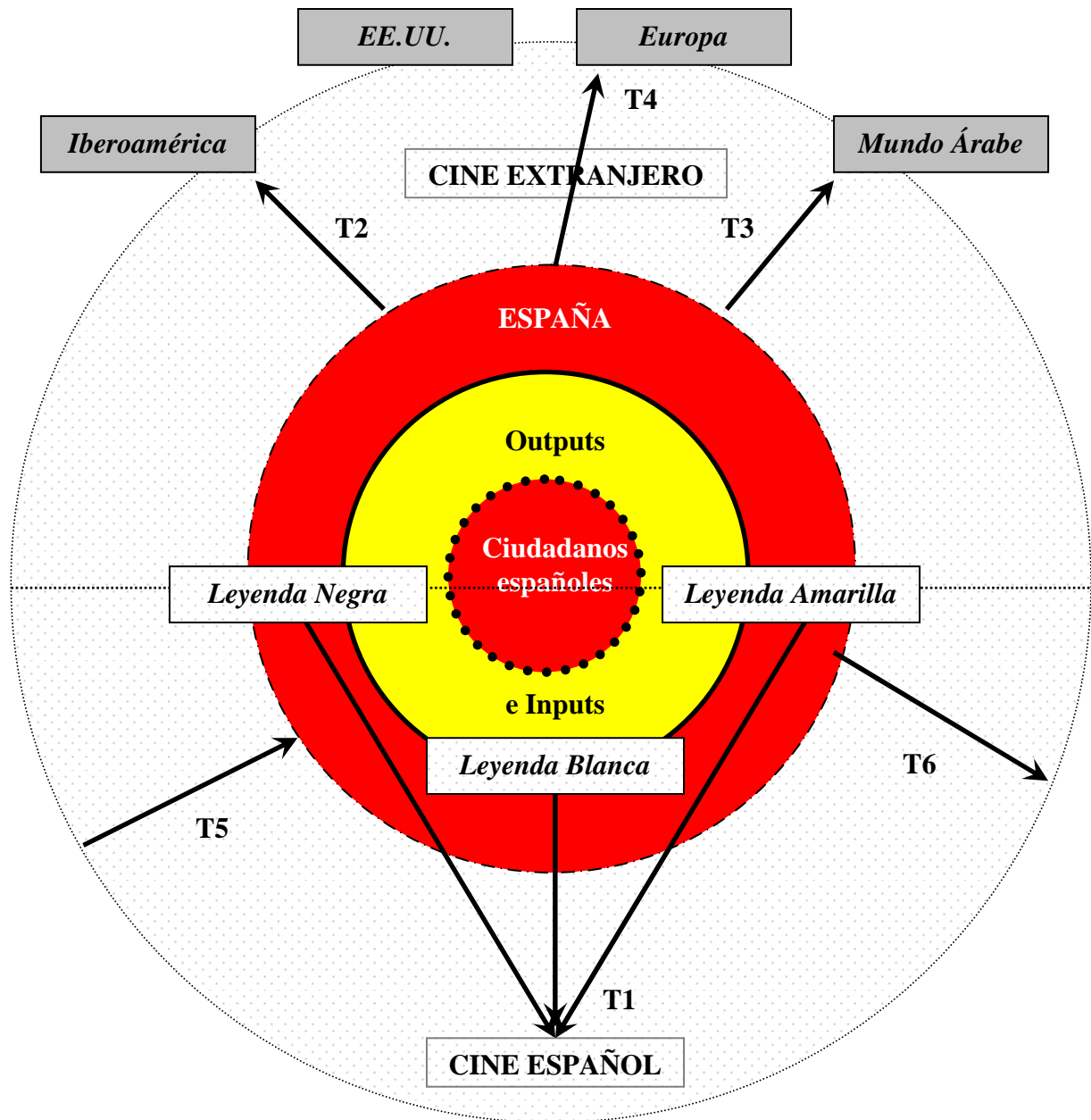
Hipótesis complementaria (C6cd):

C6cd: Si **B6c** es cierta, entonces, las potencias enemigas secundarias serán árabes

Hipótesis complementaria (C6ce):

C6ce: Si **B6c** es cierta, entonces, las potencias enemigas secundarias serán iberoamericanas

2.6.3 Diagrama de las hipótesis planteadas



3. MARCO TEÓRICO

3. MARCO TEÓRICO

Como indicó Epicteto¹⁴: «Initium doctrinae sit consideratio nominis», *el principio de toda exposición debe ser la consideración de los nombres*. Comenzaré - como todo trabajo de investigación requiere - con un análisis del marco teórico: una revisión literaria relacionada con las diferentes perspectivas del objeto de estudio y de sus diferentes enfoques; posteriormente, abordaré el trabajo desde un análisis del estado de la cuestión.

3.1 REVISIÓN LITERARIA

3.1.1 Nacimiento de *Leyenda Negra* española

Para comprender los orígenes de la estereotipación de España, de los españoles y, en general, de lo español, sería necesario conocer los orígenes de la *Leyenda Negra* española, leyenda que, aunque goza de tan sólo cien años de edad, abarca más de quinientos años de nuestra historia¹⁵.

Fuera de los círculos académicos, hablar de *Leyenda Negra* se presta - hoy - toda una aventura. Debido a la abundante literatura sobre las leyendas negras que ha ido surgiendo en los últimos años, se puede hablar de la *Leyenda Negra de la Cruzadas*, de la *Leyenda Negra de la Iglesia Católica*, de la *Leyenda Negra panameña*, de la *Leyenda Negra de los Borgia*, de la *Leyenda Negra de Catalina de Médicis*, de la *Leyenda Negra de Pío XII*, de la *Leyenda Negra de la Orden del Temple* o de la *Leyenda Negra de la Artigas*, por incluir algunos de los ejemplos más característicos de esta temática. Sin

¹⁴ Epicteto, filósofo griego de la escuela estoica, vivió parte de su vida como esclavo en Roma. Hasta donde se sabe, no dejó obra escrita, pero de sus enseñanzas se conservan un *Enchyridion* o *Manual*, y unos discursos, editados por su discípulo Flavio Arriano. La referencia está tomada del libro de Cayo Musonio y Epicteto (1995)

¹⁵ El término *Leyenda Negra* fue acuñado por Julián Juderías en 1913

embargo, haciendo una analogía de hechos y definiciones históricas, sólo la *Leyenda Negra* estadounidense podría compararse con la nuestra¹⁶.

Atendiendo a la literatura académica - en detrimento de la comercial -, son varias las definiciones que se han vertido sobre el término: *Leyenda Negra* española. Según Julián Juderías (2003:24), padre literario de esta expresión, ésta sería:

«El ambiente creado por los relatos fantásticos que acerca de nuestra patria – que - han visto la luz pública en todos los países, las descripciones grotescas que se han hecho siempre del carácter de los españoles como individuos y colectividad, la negación o por lo menos la ignorancia sistemática de cuanto es favorable y hermoso en las diversas manifestaciones de la cultura y del arte, las acusaciones que en todo tiempo se han lanzado sobre España [...] entendemos la leyenda de la España inquisitorial, ignorante, fanática, incapaz de configurar entre los pueblos cultos lo mismo ahora que antes, dispuesta siempre a las represiones violentas, enemiga del progreso y de las innovaciones o en otros términos, la leyenda que habiendo comenzado a difundirse en el siglo XVI, a raíz de la Reforma, no ha dejado de utilizarse en contra nuestra desde entonces y más especialmente en momentos críticos de nuestra vida nacional»

El argentino Rómulo D. Carbia (2004:124) dio una nueva perspectiva a esta leyenda, definiéndola como:

«Todo aquello que abarca en su más cabal amplitud, es decir, en sus formas típicas de juicios sobre la crueldad, el oscurantismo y la tiranía política. A la crueldad se le ha querido ver en los procedimientos de que se echara mano para implantar la fe en América o defenderla en Flandes; al oscurantismo, en la presunta obstrucción opuesta por España a todo progreso espiritual y a cualquiera actividad de la inteligencia; y a la tiranía, en las restricciones con que se habría ahogado la vida libre de los españoles nacidos en el Nuevo Mundo y a quienes parecería que se hubiese querido esclavizar *sine die*».

En 1944, el *American Council of Education* (Powell; 1971:11), preocupado con el sesgo histórico del sistema de educación estadounidense, quiso matizar el alcance del término *Leyenda Negra* bajo la definición:

¹⁶ La posición de los Estados Unidos en el siglo XX se asemeja a la de España en el siglo XVI: «Blandiendo un poderío enorme en defensa de un ideal esencialmente conservador, se encuentra como blanco del odio y de los celos de amigos como de enemigos. Nadie que lea los periódicos podrá dudar que las naciones del mundo están compilando una nueva *Leyenda Negra*, ni de que los Estados Unidos han disfrutado de un poderío mundial; como España, se han permitido llevar la autocrítica hasta el extremo; y, a la postre, su destino puede ser el mismo» (Maltby, 1982)

«Término empleado por los escritores españoles para denominar al antiguo cuerpo de propaganda contra las gentes de la Península Ibérica que comenzó en la Inglaterra en el siglo XVI y que ha sido desde entonces, una potente arma para los enemigos de España y de Portugal en las guerras religiosas, marítimas y coloniales de esos cuatro siglos»

Philp Wayne Powell (1971:134 y 176-180), definió la *Leyenda Negra* de España en 1971, orientándola bajo el concepto de:

«La creencia de que los españoles se han mostrado históricamente como excepcionalmente crueles, intolerantes, tiránicos, oscurantistas, vagos, fanáticos, avariciosos y traidores; es decir, que se diferencian de tal modo de los demás pueblos en estas características que los españoles y la historia de España deben de ser vistos y comprendidos en términos que no son empleados habitualmente para describir e interpretar a otros pueblos».

Algunos autores más contemporáneos, como Manuel Fernández Álvarez (1971:11), han terminado definiendo la *Leyenda Negra* española como:

«Una cuidada distorsión de la historia de un pueblo, realizada por sus enemigos, para mejor combatirlo. Y una distorsión lo más monstruosa posible, a fin de lograr el objetivo marcado: la descalificación moral de ese pueblo, cuya supremacía hay que combatir por todos los medios».

Sin embargo, el estudio del término se hace más complejo de lo que parece, ya que para comprenderlo, hay que profundizar en el nacimiento e historia de los diferentes países europeos; en la conquista, colonización y emancipación de los territorios americanos; en las luchas por el dominio y monopolio del nuevo continente; el aislamiento de España del resto del continente durante varios periodos de la historia europea; la importancia de la religión en la cultura patria o en fechas más cercanas, el papel de España en el escenario internacional.

Entrados en el siglo XXI, un grupo de historiadores, entre los que se encuentra Alfredo Alvar, Ricardo García Carcel, Lourdes Mateo Bretos y Carmen Iglesias, no creyeron en la existencia objetiva de dicha leyenda, considerándola como la percepción que tenían los españoles sobre su propia imagen en el extranjero. Carmen Iglesias (Vaca de Osma, 2004) lo expresaba de la siguiente forma:

«La *Leyenda Negra* es por así decir, la imagen exterior de España tal como España la percibe [...] La *Leyenda Negra* consiste, por tanto, en los rasgos negativos - que son objetivamente los más repetidos - que la conciencia española descubre en la imagen de ella misma»

En opinión del historiador e hispanista Henry Kamen (1996), el concepto de *Leyenda Negra* dejó de existir en el mundo anglosajón hace ya muchos años, aunque se mantiene por cuestiones políticas internas españolas. La posición de Kamen, fue fuertemente criticada por Arturo Pérez-Reverte (2005) y por José Antonio Vaca de Osma (2004).

Varios historiadores e investigadores relacionaban la *Leyenda Negra* con una la *Leyenda Blanca* o *Leyenda Rosa* previa, propaganda de las conquistas e invasiones de la *España Imperial*. Hendrik Henrichs (2006), explicaba este punto de vista en la *Revista de Occidente* del siguiente modo:

«Las naciones poderosas tienden a forjarse una imagen de sí mismas que, en la mayoría de los casos, se fundamenta sobre un mito de origen y una misión en el mundo. La propagación de esta imagen propia suscita a menudo imágenes contrarias en los adversarios de dichas naciones poderosas. En ese intercambio de imágenes internas y externas relacionadas con la identidad y la importancia internacional de una nación determinada se van acuñando frases lapidarias que quedan grabadas en la memoria internacional [...] España, la primera potencia europea en hacerse con un imperio mundial, constituye asimismo el primer ejemplo de esa tensión entre imagen propia e imagen contrapuesta internacional en la historia moderna. Simplificando, se podría decir que la imagen que tenía España de sí misma coincidió durante mucho tiempo con la llamada *Leyenda Blanca*. La imagen contraria aducida por los adversarios de España se conoce como *Leyenda Negra*. Si bien estos términos datan de finales del siglo XIX y principios del XX, el conjunto de imágenes propias y contrapuestas al que representan es más antiguo».

Por su parte, en un intento de aunar puntos de vista, el escritor argentino Ernesto Sábato proponía una superación del falso dilema entre ambas leyendas, para presentar un enfoque que, sin negar y sin dejar de lamentar las atrocidades perpetradas por los sojuzgadores, al mismo tiempo fue capaz de asumir la cultura, la lengua castellana y el mestizaje, que esa empresa conformó en América (Sábato, 1991).

La *Leyenda Negra* tuvo en las obras de Furio Cerol, Fox Morcillo y Felipe de la Torre, publicadas al final del reinado de Carlos I, su más directo antecedente literario, al criticar el sistema político del propio emperador. Sin embargo, son *Exposición de algunas mañas de la Santa Inquisición española*, de Reginaldo González Montes; *El libro de los mártires*, de John Foie; *Apología*, de Guillermo de Orange, *Brevísima relación de la destrucción de las Indias*, del padre De Las Casas y *Relaciones*, de Antonio Pérez, las obras que configuran las fuentes más relevantes del desgaste internacional de España en la *vox populi* de la época (García Cárcel, 1992:32).

Masdeu y otros historiadores pusieron el acento en que una de las características más evidentes de los españoles es la envidia y el menosprecio de lo propio. Es posible que en algo acertase si analizamos el conjunto de autores españoles que García Cárcel (1992: Capítulo 1.3) cataloga como críticos con alguna de las políticas del Imperio:

- Vives: «Espero que con la lectura se suavicen y se dejen de ciertas concepciones bárbaras de la vida»
- Huarte de San Juan: «Los españoles no son aptos por naturaleza para el aprendizaje de la lengua italiana»
- Cristóbal de Villalón: «Entre nosotros, están las buenas letras ahogadas y sin lengua para hablar y se usen y satisfagan unas niñerías bárbaras que corrompen e infeccionan totalmente nuestro juicio»
- Alejo de Vengas: «Cuatro son los vicios de los españoles [...] el primero, el exceso de trajes, [...] el segundo, la deshonor en España del oficio mecánico por cuya causa hay abundancia de holgazanes [...] el tercero, las alcuñas de linaje [...] y el cuarto, que la gente española no sabe ni quiere saber»
- Fray Luis de León y sus *Nombres de Cristo*, donde criticaba las contradicciones de la monarquía de Felipe II
- Pedro de Valencia, Sobrino o Josep Esteve, que se opusieron a la política oficial contra los moriscos y que terminó en el desenlace de 1609
- Arias Montano y sus críticas a la *Guerra de Flandes*
- Gonzalo de Valcárcel y su defensa de la paz en Flandes en *Discurso relativo al tributo de la harina*
- El Padre Rivadeneyra y su defensa del iberismo con la anexión de Portugal, donde subrayaba «el aborrecimiento tan entrañable que nos tienen los portugueses que los hará pelear como leones», viendo al reino luso «afligido y con muy poca gana de cualquier acrecentamiento de su majestad - Felipe II -»

- Martín Azpilicueta y su *Carta Apologética*, donde criticaba «a aquellos que se llenan de ira cuando les contradicen»
- Ibáñez Santa Cruz, autor de *Discurso crítico contra Felipe II*, donde daba cuenta del mal gobierno del rey
- Los agoreros del Imperio, que profecitaban su final: Johannes Studius, Rembectus Didenus, Miguel de Piedrola y Beaumont, Lucrecia de León, Diego Vítores, Alonso de Mendoza, Lucas de Allende o Guillén de Casaús.
- De interés, remarcar «la antiespañola obra» (como decía Gracián) del Padre Mariana
- El pesimismo de la época por el papel de España en el mundo, se dejó notar en autores como Luis de León, Baltasar de Álamos y Barrientos, Martín de Cellorigo, Sancho de Moncada, Damián de Olivares, Pedro Fdz. Navarrete, Lope de Deza, Pedro de Valencia, Pérez Herrera o Rojas Villalpando.
- Desde Cataluña, las críticas al papel del Conde-Duque de Olivares en el contexto de la revolución de 1640: Simón Tarrés, Sebastián Gonzalez, Antonio Sherley, Arnolfini o Salazar Castro

a) El paso de los españoles por Italia

«Castilla era la potencia industrial y comercial de Europa y Aragón, a la sombra de Castilla, potenció su comercio hacia el Mediterráneo e Italia» (Suárez Fernández; 1974:Capítulo 1.3), convirtiéndose en una pieza clave para el desarrollo del futuro Imperio.

Italia, había sido campo de batalla entre Francia y España. En la primera mitad del siglo XVI, deja de serlo, al firmar ambas potencias el *Tratado de Cateau-Cambresis*, por el que España conseguirá el dominio de directo de Milán, Nápoles, Sicilia y Cerdeña. En 1563, se creará el *Consejo de Italia*. Saboya, Toscana, Génova, Luca, Parma, Florencia y Mantua eran, en la práctica, dependientes de España durante la segunda mitad de este siglo. Sólo el Papado, Florencia y Venecia se mantuvieron al margen. A lo largo del siglo XVII, las revueltas en Nápoles y Sicilia, radicalizan la decadencia española en Italia, que culminará con el *Tratado de Utrecht*, en 1713 (García Cárcel, 1992: Capítulo 1.1).

Para Sverken Arnoldsson (1960:10-13), «la intervención de los príncipes españoles y sus bandas de guerreros, sus victorias y conquistas en Sicilia, Cerdeña y en

la *Península Itálica*, son causa de la antipatía italiana por lo español». Arnoldsson se basa en los estudios de Benedetto Croce y Arturo Farinelli para afirmar que la Italia de los siglos XIV, XV y XVI era eminentemente hostil a España.

La hegemonía de España en Italia, fue considerada inicialmente como una catástrofe cultural. Marco Antonio Mureto, acusaba en 1558 a los literatos españoles de haber corrompido la lengua latina. En el siglo XVII, las críticas versarán más sobre contenidos políticos, puestas en boca de autores como: Boccalini, Tassoni, Soccino, Gregorio Leti, Bisaccioni, Gualdo Priorato, Guidi, Siri, Malvezzi, Villari, Donzelli, Tentoli, Giraffi, Nicolai, Capaulatro, Genoino, Romano Colonna, Amai, Massaniello o Nicolás Heinsius (García Cárcel, 1992:111).

Sin embargo, el pensamiento antiespañol italiano se centraba en un principio, sobre todo, en una animadversión contra la *Corona de Aragón* y en especial, contra los comerciantes catalanes. Ser catalán, era sinónimo de avaricia, estereotipo que llega hasta nuestros días.

La *Corona de Aragón* dominaba, en el siglo XIII, determinados territorios de Italia. Como afirma el propio Arnoldsson, que los primeros escritos contra los españoles sean italianos, es sólo una reacción normal en cualquier sociedad que se ve dominada por poderes extranjeros. Según García Cárcel, cuatro son los factores que arquetipan nuestro pasado en Italia y constriñen nuestros estereotipos presentes:

- «La imagen del hidalgo castellano como un personaje rústico, inculto, bárbaro y excesivamente ceremonioso»
- «Para los mercaderes y piratas italianos, los catalanes que operan en Grecia e Italia, son su más feroz competencia, son alevosos, avaros y sin escrúpulos»
- «En general, para ellos, el español, es inmoral y sensual, por los excesos de los Borgia en Roma, o el papel de las meretrices de la corte aragonesa en Nápoles»
- «Debido a la influencia judía e islámica, elementos orientales y africanos, los españoles fueron tratados como un pueblo de raza inferior y de ortodoxia dudosa»

Así, en un principio, la presencia de príncipes, cortesanos, soldados y mercenarios (e incluso piratas) aragoneses en Italia condujo, a un rechazo de la sociedad local, sobre todo de las élites que se consideraban herederos de la antigüedad romana.

Con posterioridad, el establecimiento y expansión aragonesa en el sur de Italia, coincidió con el auge del comercio en Barcelona y Valencia a partir del 1300, competidoras de las ciudades italianas en los mercados mediterráneos occidentales, lo que sumó al rechazo de la *Corona de Aragón*, la imagen de avaricia y astucia de los comerciantes catalanes.

En tercer término, la supuesta inmoralidad y la desmesurada sensualidad de la corte de Calixto III y de su sobrino Alejandro VI, ambos de origen valenciano y la supuesta inmoralidad y la desmesurada sensualidad en la corte aragonesa en Nápoles y en sus cortesanas, añadieron un nuevo cariz frente a lo español. Sin ninguna duda, es el reinado del Papa Alejandro VI – Borgia – quien peor fama dejó de los españoles en Italia. El escritor español Alonso Hernández, afirmaba de él que «hizo de nuestra hispana nación al mundo odiosa, qual nunca se viera» (García Cárcel, 1992:31).

Si bien, de estos tres primeros factores, deducimos un carácter xenófobo, del tercero, deducimos uno racista. Los judíos expulsados de España en 1492 llegaron a las ciudades italianas en grandes oleadas. En este sentido, el término *marrano* (Corominas, 1987:142) y español se confundía hasta el punto de que el propio Papa Julio II llamó *marrano circumciso* a su predecesor Alejandro VI¹⁷.

Aunque la *Leyenda Negra* anticatalana tiene su origen en Italia, ésta se extendió al Mediterráneo Oriental con las expediciones de los almogávares, que influyeron decisivamente en el temor y rechazo, haciendo famoso el dicho: «¡Venganza catalana te alcance!» (Arroyo, 2005).

En el *Decamerón*, Bocaccio habla de un catalán despreciable llamado Diego Della Ratta y otros autores, como Petrarca, Alamanni, Il Pontano, Aretino, Serafino Aquilano o incluso el pueblo italiano, hacían uso de este maridaje: ante la proclamación del valenciano Calixto III como Papa de Roma, fue tachado de *barbaro e catalano* por

¹⁷ El término *marrano* hace referencia a los judíos de la *Península Ibérica* que se convirtieron al cristianismo pero que seguían practicando clandestinamente su religión. Entre los siglos XV y XVII, en sentido amplio, y con intención calumniosa, el término se usó popularmente para todos los judeoconvertos de España y sus descendientes, insinuando, de forma malévola, la insinceridad de su conversión. En la actualidad, el término *marrano*, a pesar de su contenido claramente despectivo, sigue empleándose por la historiografía especialmente no hispana; en cambio, los judíos sefardíes prefieren utilizar la palabra hebrea *anusim*, (forzados), o bien *benei anusim* (hijos del anusim), término legal rabínico que se aplica a los conversos obligados a dejar el judaísmo contra su voluntad.

unos y otros. Antipatía, que pronto se extrapoló a todo lo que lo español caracterizaba (García Cárcel, 1992:30).

Zurita, historiador, da cuenta que en el sitio de Catania por tropas de Juan I, sus habitantes defendieron ante el invasor que «preferían comerse los brazos a permitir que ningún catalán entrase en la ciudad, por los excesos que habían cometido entre ellos». Pedro Vallés (García Cárcel, 1992:40), afirmó que para los príncipes italianos:

«Era mucho mejor sufrir a franceses que a españoles, porque mientras los franceses defendían la Lombardía como tierra suya, los españoles hacían justo lo contrario, porque son ejemplo de crueldad y avaricia, fatigaban y robaban como tierra extranjera que habían de dejar»

La influencia española en Italia en los siglos XV y XVI fue enorme, sobre todo por el peso del *Reino de Castilla* en Nápoles a través de la *Corona de Aragón*. Hasta 1500, las relaciones con Italia gestaban en su práctica totalidad por la nobleza aragonesa y los mercaderes levantinos. A partir de 1500, momento en el que Castilla comienza a tener la preeminencia política, económica y militar sobre los demás reinos de la *Península Ibérica*, las intervenciones militares en Italia se generalizan y su influencia aumenta considerablemente¹⁸.

En el plano cultural, los italianos asemejaban la cultura española a las novelas caballerescas, que los intelectuales atacaban desde el plano moral, intelectual y estético¹⁹. Sin embargo, la importancia del castellano en Italia es tal durante esta época, que aprender a leer y a escribir castellano está de moda y las novelas de caballerescas *Tirante el Blanco* y *Amadís de Gaula* son las más leídas tanto en Italia como en España. Escritores italianos como Minturno o Castelvetro, criticaban el uso del latín por los españoles y reprobaban obras como *La Celestina* o el propio *Amadis* (García Cárcel, 1992:31).

El Saqueo de Prato en 1512 o el *Saqueo de Roma* en 1527, suscitaron duras críticas a los excesos de los *Tercios Españoles* en Italia. El español terminó

¹⁸ «El Reino de Nápoles en Italia y su fragmentación política». Madrid: *Revista Arte Historia*. 13 de diciembre de 2008

¹⁹ Arnoldsson compara este desprecio con la actitud hacia las películas de Hollywood en algunos círculos europeos

caracterizándose por su rudeza e ignorancia e incluso, era usado como sinónimo del color cadavérico de los recién fallecidos o como hemos visto, de los judíos, según estos autores. Il Panormita afirmaba que los españoles aborrecían los estudios de humanidades, mientras que Il Galateo concluía que los nobles españoles no sabían leer. Por su parte, papas como Paulo IV reflejaban el hastío por la hegemonía de España, «un país de calidad inferior en cultura, raza y religión». En general, como Gonzalo Jiménez de Quesada, afirmaba en *Antijovio* (1567), «sobre todas las naciones contadas y sobre todas las demás que existen en el mundo, tienen este odio particular los italianos contra España» (Maltby, 1982:16).

b) Desencuentros hispano-flamencos

Según el propio Arnoldsson (1960), el humanismo alemán fue muy nacionalista y se creó más bien en oposición al humanismo italiano, ensalzando a los antepasados germánicos frente al enemigo romano. Sin embargo, tanto en Ulrico de Hutten como en Martín Lutero, los dos autores más influyentes de comienzos del siglo XVI, se confunde lo italiano con *das Welsche* - el mundo latino o lo romance -, en el que se incluye Francia, Portugal y España, como inmoral o extranjero en oposición a lo nacional.

El problema con los flamencos, ya existía en España antes de que se iniciasen las revueltas independentistas en Flandes. Con la llegada de Carlos I al trono, se rodeo de estos, trayendo cierto descontento entre la nobleza castellana. Villalobos²⁰, médico pucelano, escribía en 1520:

«Gobiernan los flamencos y negocian los castellanos. Los unos no entienden de calidades y méritos de los que negocian, los otros no aceptan la hora ni el camino por donde se halla el despacho; así, los unos son infortunados y los otros agraviados»

De igual modo, tuvieron influencia en la *Guerra Comunera de Castilla* de 1520. La presencia flamenca trajo recelos entre las élites sociales castellanas, que sintieron que su advenimiento les acarrearía una pérdida de poder y estatus social, descontento que se fue transmitiendo a otras capas sociales (Artola Gallego, 1991).

Como protestas populares, aparecieron pasquines en las iglesias que rezaban: «Tú, tierra de Castilla, muy desgraciada y maldita eres al sufrir que un tan noble reino como eres, sea gobernado por quienes no te tienen amor» (Alonso, 1997:7). Sin embargo, fueron las demandas fiscales, coincidentes con la salida del rey para la elección imperial en Alemania (Cortes de Santiago y La Coruña de 1520), las que produjeron las revueltas urbanas, que más tarde, pasarían al campo.

La *Revuelta de Flandes* comenzó en 1566 a raíz de la política de Felipe II de introducir 3.000 soldados en la región, de reorganizar la estructura eclesiástica del territorio y de reprimir duramente la herejía protestante emergente. Sublevado Flandes, el Duque de Alba necesitó de 10.000 soldados para sofocar la revuelta e imponer la nueva política eclesiástica, fiscal y legal, obligando a miles de flamencos a exiliarse. Hacia 1578, la hegemonía española en Flandes era notable. Sin embargo, la *Unión de Utrecht*, su expansión por todo Flandes y algunas derrotas, propiciaron la independencia en 1648, con el *Tratado de Münster* (De Scheopper, 1984:7-33).

La imprenta trajo consigo los folletos propagandísticos contra España: *Historia de Statu Belgico deque Religione Hipanica* (1558) o *La colmena de las santas abejas de la Iglesia Romana* (1596), que tenían al *Santo Oficio* como principal objeto de sus críticas, inaugurando así, la *Leyenda Negra holandesa*.

García Cárcel (1992:79), recoge en su obra varios ejemplos del rechazo que producía lo español en tierras holandesas. Como ya hemos indicado, la *Inquisición* fue la gran obsesión de los flamencos:

- Los protestantes holandeses se quejaron ante la *Dieta* y se publicaron falsos informes en los que se decía que Felipe II iba a declarar a todo el pueblo flamenco culpable de lesa majestad con la amenaza de confiscación de todos sus bienes.
- El Duque de Alba era llamado «*perro de presa, tirano, chusma o nueva criatura de infidelidad judía, tigre nuevo o marrano*».
- Versando sobre españoles, un cronista flamenco afirmó que: «todos los árboles al lado de los caminos y todas las horcas en las plazas de ejecución están llenas de gente inocente»
- En *El espejo español y aragonés*, el historiador describe como se denunciaba que «el ejército español ha cometido más crueldades y ejercido mayor tiranía que los turcos, enemigos del

cristianismo, jamás hayan hecho». Y añade que hasta se creó un *Padrenuestro* en el que se maldecía lo español.

El propio Lope de Vega, en *Los españoles en Flandes*, ponía en boca del flamenco Ariscote: «Ya vuelven los españoles/los que haciendo tantos robos/son de nuestra sangre lobos/de nuestra patria crisoles» (Sánchez Romeralo, 1989:357-360).

Daniel Heisius (Powell; 1971:100-105) escribía en 1602:

«Donde quiera que no está España, allá está nuestra patria». En *Triunfo del Gobierno Popular e Historia Universal Judaica, Noticias históricas, críticas, morales y literarias* o en la colección *Gensenliedboeck y Gedenk-Clack* de Valerius, se critica el papel de los ejércitos españoles, denominándolos flagelo de saltamontes. Como curiosidad, la sífilis era denominada como la viruela española».

De especial interés son los exiliados judíos españoles en Flandes, cuya importancia en la conformación de una opinión pública sobre debemos español es a destacar. Josepho Scaligero, en *Scaligerana* (1550), afirmaba: «a los españoles se les juzga como ignorantes y bárbaros; a los franceses, imprudentes y belicosos; de los italianos, se dice que no son cristianos más que por necesidad; los alemanes miran al mundo al revés y son fatuos e indoctos; los ingleses hace treinta años, todavía eran bárbaros» y fija los rasgos comunes de los judíos: «grandes narices aquilinas, ojos hundido y dientes podridos» que de entre cien hombres se les puede distinguir (Temprano, 1988:15-17).

La representación iconográfica de carácter truculento sobre el papel de la *Inquisición* en Flandes, creó una verdadera escuela de autores, como G. Dellon o Philippe de Limborch (Aviles, 1982:39).

Muchos de estos judíos habían sido servidores fieles de Felipe II, pero la diáspora sefardí occidental fue notable para la negativa imagen de España. La comunidad más relevante se asentó en Amsterdam, donde formaron dos sinagogas. Desde España, se decía de ellos que «eran poco afectos al servicio de su majestad» y se les acusaba de «meter la ponzoña del error entre los buenos cristianos» (García Cárcel, 1992:83).

Así, García Cárcel, afirma en su obra que mientras para los judíos, «Amsterdam es el centro de la cultura, España es el centro del oscurantismo». Sin embargo, el rechazo de facto de todo lo español chocaba con su pasado y con la vinculación al idioma de Cervantes, estando convencidos de que «el linaje de los judíos hispanos era el más noble de la diáspora judía».

La expulsión de los judíos se estableció en un decreto firmado por *los Reyes Católicos* en Granada el 31 de marzo de 1492, pero que en la *Corona de Aragón* no se publica hasta el 1 de mayo en Gerona y Lérida. La fecha tope de cumplimiento de la expulsión se fijó para toda España el 31 de julio de 1492. En el Rosellón, conviene decir que al haberse entregado a Francia en 1473, el decreto no entró en vigor hasta el 21 de septiembre de 1493, cuando se reincorporó a la *Corona*. En Navarra, la expulsión se llevaría a cabo en 1498 y en Portugal, en septiembre de 1497 (García Cárcel, 2008).

La mayoría de los judíos expulsados en la *Corona de Aragón* emprendió viaje por mar hacia Italia: Nápoles, sobre todo, y Génova. Luego hacia el oriente Otomano. Los judíos castellanos en cambio, emigrarían masivamente hacia Portugal, Norte de África, Burdeos y Países Bajos, aunque al final se proyectaron también hacia el Oriente turco. La cifra de judíos expulsados en toda la *Corona de Aragón* según los estudios recientes de Motis y Romano no superaría las 20.000 personas, un quinto o un sexto del total de expulsados en la *Corona de Castilla*, y un 2% del total de la población de la *Corona de Aragón* (Motis, 1985:52-59).

Cifra escasa, si tenemos en cuenta que muchos de ellos retornaron y que quizás puede explicar que entre los sefardíes, según Romano, no hayan quedado huellas del catalán, al contrario de la curiosa pervivencia de los judeocastellanos (o ladinos) que hoy hablan todavía millones de personas.

c) La dialéctica conflictiva con Francia

Las relaciones en España y Francia han sido, desde sus orígenes, conflictivas. *Reyes Católicos* fue el título que el Papa Alejandro VI concedió a Fernando de Aragón e Isabel I de Castilla como compensación por sus esfuerzos a la hora de defender la religión católica en España. Paradójicamente, *Rey Cristianísimo* fue la primera opción elegida por el monarca papal, pero tuvo que ser descartada al haberse otorgado tiempo atrás al rey de Francia (Suárez, 1974).

Durante el reinado de Carlos I y según los estudios realizados por J.M. Jover entre la correspondencia personal del rey español y de su esposa Isabel de Portugal entre 1530 y 1540, se deduce que en España siempre hubo una «quietud con Francia», debido a que de 39 años de reinado del monarca español, 26 de ellos estuvieron envueltos en conflictos con Francia (Jover Zamora, 2001:111-208).

El *Emperador* siempre había mostrado cierta desconfianza frente a sus homólogos galos. Así J.M. Jover describe en su obra los enfados del monarca español cuando Francisco I incumple el *Tratado de Madrid* en 1526 y se alía con «el Gran Turco» en 1534 para invadir los territorios españoles de Saboya dos años después. En el Discurso de Roma del 17 de abril de 1536, el *Emperador* criticó del *Rey Cristianísimo*, afirmando que «es un hombre ingrato, traidor y cruel a los ojos de Dios y del mundo, que ha solicitado ayuda al *Gran Turco*, ejemplo detestable y hasta escandaloso, tratándose del enemigo común del pueblo cristiano» (Lázaro Carreter, 1980).

Igual opinión mereció su hijo Enrique II a los ojos del *Emperador*. En su testamento político, Carlos I aconseja a Felipe II que «el sucesor de Francisco I es presto a seguir a pisadas y a heredar la dañada voluntad de su padre y que los pasados reyes de Francia han tenido a los nuestros».

Un buen ejemplo de esta dialéctica heredada en la siguiente generación de reyes, son las críticas del entonces embajador veneciano Francesco Gustiniano (García Cárcel, 1992:52) en España, quien afirmaba que:

«Para poner de acuerdo a estos dos hombres, sería necesario que Dios rehiciera a uno de los dos sobre el calco del otro, pues al *Rey Cristianísimo* – Enrique II de Francia – no le gustan los asuntos y las inquietudes de estado, sino mejor la caza y los placeres; mientras que el *Emperador* – Felipe II de España – sólo sueña en los asuntos y medios para aumentar su poder».

Y motivo de esta dialéctica conflictiva, es consecuencia la prohibición de 1559 hecha por Felipe II (Marthorez, 1916:86-113):

«De aquí en adelante, ninguno de los nuestros súbditos y naturales no puedan salir de estos reinos a estudiar ni a enseñar, ni a aprender ni a estar ni a residir en universidades, estudios ni colegios, fuera destos reinos y que los que hasta agora y al presente estuvieron y residieron en las tales universidades, estudios y colegios, se salgan y no están más dentro de cuatro meses, después de la data y publicación desta».

Este aislamiento de Francia y por lo tanto, de medio continente, provocó la desertificación científica de España (García Cárcel, R.; 1992:52). Según la obra de López Piñero (2000), hacia 1560 sólo 130 científicos españoles trabajaban fuera de nuestras fronteras: 34 en Francia, 57 en Italia, 22 en Flandes, 9 en Alemania, 5 en Portugal o 3 en Inglaterra. Cifras más bien bajas si contabilizamos que desde inicios del siglo XVI y hasta 1558, era 310 españoles los estudiaban – por ejemplo - medicina en la *Universidad de Montpellier*, ya que desde 1559 hasta 1566, sólo hubo 14, llegando a uno en 1573, según el historiador (López Piñero, 2000).

Si en España, Francia se veía como una amenaza militar, en el país galo, ocurría algo parecido. Desde 1567, comienza la guerra de libelos, propaganda y panfletos contra el papel de España en Europa. A las obras artísticas – críticas con España - como *Le coué des anglais et des espagnoles* (1523), *Epître ou vairement Oraison* (1537), *Defense pour le roi de France* (1544), *Apologie contre les calumnies des Imperiaux* (1553), *Lettres escriptes aus Princes et Etats du Saint Empire* (1553), le siguieron - desde 1567 – 822 folletos con 955 impresiones (García Cárcel, 1992:Capítulo 1.4).

Sin embargo, las obras artísticas tampoco cejaron en su producción: *Advertissement a Tous bons et loyaux subiectes du roi* (1567), *Discurso maravilloso de la vida, acciones y excesos de Catalina de Médicis* (1576), *Diálogo de un papista y de*

un hugonote (1585), *El gallo al asno* (1585), *Medios de abuso* (1586) y el que quizá sea la obra - panfletaria - que más define el carácter claramente crítico contra el Imperio: *Antiespañol* (1590), de A. Arnauld. Según Salavertt, las críticas contra España se centran principalmente (Salavertt, 1984: Capítulos 5-7):

- Críticas contra los reyes españoles: avaricia, crueldad, usurpación, orgullo, ambición, hipocresía o tiranía
- Críticas a las limitaciones del poder político: la preponderancia del imperio se asentaba sobre un país pobre (España) que necesitaba comprar productos de necesidad cotidiana a Francia
- Críticas a la violencia religiosa, centradas, principalmente, en la Inquisición.
- Críticas antropológicas a los españoles. En *Le Manifeste de la France* (1589), se dice: «Considerad la desigualdad de estos dos naturales, el francés el liberal, fiel, bueno, cortés, magnánimo y amante de la sencillez. El español es soberbio, avaro, cruel, envidioso, receloso, insolente, presuntuoso y jactancioso incurable».

Obviamente, de lo estudiado hasta este instante, sólo nos referimos a los años en los que el *Imperio Español* domina fuertemente Europa (siglo XVI), lo que se enfrentaba con el protagonismo francés. Durante el siglo siguiente y con el desarrollo de los primeros diarios de información, prolifera esta corriente antiespañola, que se deja notar en publicaciones como *La Sátira Menipea*, *Le Mercure Français*, *La Chronologie Septennaire* y en obras literarias como *Memorias* (1665), *Historia sis temporis* (1620), *Le Chevalier française* (1606), *El hermafrodita de este tiempo* (1611), *El espejo del tiempo pasado* (1625), *Tratado de las usurpaciones de los reyes españoles sobre la Corona de Francia desde Carlos VII* (1634) o *El laberinto de la liga* (1635).

En el desencuentro entre ambas naciones, es curioso advertir cómo ideas de entonces, todavía se mantienen hoy. Un ejemplo, es la obra de Mothe le Vayer de 1647, titulada *Discours de la contrariété d'humeur qui se trouve entre certains nations et nottament entre la française et l'espagnole*, donde su autor afirma que mientras:

«El francés da miedo a sus niños con los españoles como si se tratara de demonios infernales; el español tiene a los franceses como mendigos igual que a los aguadores de Madrid, los trata de gabachos y creen que sólo han nacido para hacer reír al mundo»

Con la guerra franco-española, 1635-1659 – enmarcada dentro del contexto de la *Guerra de los Treinta Años*, pero que se extiende más allá de la *Paz de Westfalia* – comienza a decantarse la balanza del lado francés, en lo que se refiere a su protagonismo en Europa, siendo la *Batalla de Rocroi* (19 de mayo de 1643), el punto de equilibrio que los historiadores enmarcan como el inicio del declive español.

Francia se va imponiendo internacionalmente a España en Europa, conformando su patriotismo y su identidad a costa de la influencia sobre su antagónico enemigo: la entrada de la *Dinastía Borbón* en España, los *Pactos de Familia* y las consecuencias de la *Guerra de los Segadores* en Cataluña (anexión del Rosellón y de la Cerdaña a manos francesas y la herida republicana catalana), que son las consecuencias de este conflicto bélico, político e ideológico (De Lucas; 2007).

En España, la revolución catalana se dejó notar en los literatos y autores españoles, que como afirma Martí y Viladamor (García Cárcel; 1992:74):

«Mejor han de avenir los catalanes con los franceses que con los castellanos [...] los que más se repatrian y casan en Cataluña son los franceses [...] no hay ciudad, ni villa o pueblo en Cataluña donde no haya habido durante centenares de años franceses casados y nunca habremos visto bando entre catalanes y franceses como entre castellanos y catalanes»

«Son estos extranjeros los que curiosamente, haciéndose nuestros médicos, tienen rotas las venas a España», terminó afirmando Saavedra Fajardo de los vecinos galos (Saavedra Fajardo; 1976).

d) El choque hispano-inglés

El reinado de Carlos I se basó en la cordialidad con Inglaterra y hasta 1568, el reinado de Felipe II no entró en disputa con aquella. Pero es en este año cuando se acontecen una serie de desencuentros internacionales entre ambas potencias. De una parte, los mercaderes flamencos y españoles fueron retenidos y sus bienes confiscados y de otra, los católicos del norte de Inglaterra, dirigidos por el embajador español Guerau de Spes, se levantaron en armas contra el sistema anglicano. Hechos que fueron la

antesala del saqueo de Drake a Callao, Vigo, Cabo Verde y Sto. Domingo, el apoyo militar de los españoles a los irlandeses o el bloqueo e ingerencia en la cuestión flamenca. Estos hechos terminarían derivando en la preparación de la *Armada Invencible*, en 1588 (Mattingly, 1959:191).

El régimen político de Jacobo I reflejaba a través de los *Informes de Gondomar* una gran inestabilidad política y fragilidad en cuanto a la presencia e influencia de España en Inglaterra. El miedo a la quinta columna hispánica dentro de Inglaterra era una constante.

1599, un folleto anónimo editado en Londres fustigaba los «humores» españoles, calificándolos de «lobos a la mesa, rudos en el dormitorio, repugnantes en sus hábitos e infectados con enfermedades venéreas» (Maltby, 1952: Capítulos 3, 4 y 6). James Wadsworth Jr., inglés e hijo del *Inquisidor* de Sevilla, afirmaba de los españoles que tienen «verbosidad cumplimentaria, odian los duelos, a menudo, riñen en las calles y son muy dados a súbitos y crueles puñaladas, así como a la caza y a las mujeres» (Tobio, 1987:112-146).

Siguiendo la obra de García Cárcel (1992: Capítulo 1.4), el catedrático identifica varios autores y obras especialmente críticos con el papel de la España Imperial:

- Thomas Deloney, en 1588, acusaba a los españoles de «al hombre y a la mujer asesinar, acreciendo crueldad y también desflorar a nuestras vírgenes, mientras miramos y hasta en la cuna, los muy tiernos párvulos matar con un golpe impío».
- En la anónima *A Tragical History*, se decía que «las tropas españolas fueron recibidas con amor por los ciudadanos, y se acantonaron pacíficamente sin causar molestias, pero aquella noche, por orden de Don Fadrique, se convocó al pueblo a la capilla del hospital para leer las nuevas ordenanzas proclamadas por su padre y cuando los míseros ciudadanos estuvieron allí, los españoles mataron a cada hijo de madre, saquearon e incendiaron la ciudad y forzaron a las mujeres y aún mataron a algunas de ellas y dejaron a las demás a vivir en gran martirio».
- Robert Greene, en *La Mascarada Española* (1589) afirma que «nadie se gloria de su caballerosidad más que el español. Pero yo supongo que su religión y su estómago están igualmente equilibrados: falsa la una y débil la otra. No intentan triunfar mediante proezas sino suprimir mediante multitudes».
- Un folleto anónimo inglés de 1598 reza que «debemos aprender a despreciar a aquellos magníficos *Don Diegos* y caballeros españoles cuyas heroicas proezas son baladronadas y

alardes, y ellos, en su mayor parte, sombras sin consistencia [...] Colón jamás hubiera planeado ese viaje si se hubiera parado a pensar que los hombres a quienes llevó se convertirían al punto en leones, panteras, tigres y potras bestias salvajes. ¡Oh turcos, escitas, tartaros, regocijaos porque cuanto mayor sea la crueldad de España, menos parecerá la vuestra!. España siempre ha sido el sumidero, el charco y el montón más grande, enfangado y asqueroso de la gente más abominable, infecta y abyecta que jamás viviera sobre la tierra, la perversa raza de esos mediovisigodos, semimoros, semijudíos y semisarracenos».

- Thomas Nashe, en 1592, aclama que «su armadas huyeron del aliento de nuestros cañones, como la niebla ante el sol, como el elefante huye ante el ataque del carnero o la ballena huye ante el ruido de los huesos secos»
- Thomas Scott en *Noticias de España*, de 1624, afirmaba sobre los españoles que «han matado a mujeres preñadas, les han abierto el vientre y han sacado al niño y lo han matado. A algunos los han desollado vivos y han cubierto tambores con sus pieles, a otros, los han atado a un poste y han hecho una pequeña hoguera en derredor y los han asado vivos»
- El anónimo *El Consejo del gabinete del rey de España divulgado o una revelación de las predicaciones de los españoles*, de 1658, da cuenta de que «en Cataluña no se ve ni se oye otra cosa que mujeres lamentando los asesinatos de sus maridos y maridos el forzamiento de sus mujeres y las deshora del lecho conyugal»

Obviamente, la tensión política entre ambas potencias suscitó también las iras de algunos autores españoles, que como Cavaleriis y Vestergan afirmaban en *Historia Eclesiástica del Cisma de Inglaterra* que ésta era «una cueva de bestias fieras, refugio de traidores, puesto de corsarios, espelunca de ladrones, madriguera de serpientes, madre de impiedad, madrastra de toda virtud y fuente de errores» (Gómez, 1987:104-108).

También hubo escritores patrios que se opusieron a las campañas contra Inglaterra. Rivadeneyra, en *Tratado de la Tribulación*, criticaba «la lujuria y la deshonestidad de las personas nobles y principales que se echaban sobre pobres y miserables» y en *Memorial al Rey*, insistía en la necesidad de distinguir la verdadera de la falsa razón de estado. Francisco Mozón se preguntaba: «que pues ellos se quieren perder, que se pierdan», a lo que el procurador Gonzalo de Valcárcel sumaba: «¿por ventura, serán, Francia, Flandes o Inglaterra más buenas cuanto España fuera más pobre?» (Sigüenza, 1986:585).

e) El papel de Portugal

A partir de 1580, el *Reino de Portugal* pasó a formar parte de la monarquía española. Extinguida la *Dinastía de Avis*, Felipe II hizo valer sus derechos hereditarios al trono portugués como nieto que era de Don Manuel el Afortunado, frente a los otros aspirantes: Don Antonio, prior de Crato, y la *Duquesa de Braganza*.

No obstante, aunque la legalidad dinástica estaba de su parte, tuvo que vencer ciertas resistencias antes de poder ser proclamado como nuevo monarca, contando para ello con la fuerza que le proporcionaba el disponer de un victorioso ejército y el ofrecimiento de la *Corona* que había recibido de las Cortes portuguesas de Almeirim (García Cárcel, 1992:102).

El vecino reino se integraba así en los dominios españoles, aunque manteniendo sus peculiaridades políticas e institucionales, ya que el vínculo que se estableció a partir de 1580 entre España y Portugal fue una simple unión basada en la figura del monarca, en el hecho de tener un mismo soberano, sin que se produjera una verdadera unificación territorial, ni administrativa, ni judicial, manteniendo por lo tanto cada una de las partes una completa autonomía.

Juristas españoles como Luis de Molina o Rodrigo Vázquez, teólogos como Diego de Chaves o los políticos Díaz de Vargas, Antonio de Escobar y Sebastián de Mesa, legitimaron la estrategia de Felipe II. Sólo algunos pensadores, como Rivadeneyra o Rodrigo Castro, Obispo de Cuenca (García Cárcel, 1992:102), pusieron inconvenientes a esta anexión, afirmando:

«Veo un reino muy afligido y con muy poca gana de cualquier acrecentamiento de su Majestad [...] Veo los corazones muy trocados de los que solían en el amor y afición y deseo de la gloria y honra de su rey»

El propio Cervantes en *Persiles y Segismunda* glosó el carácter de Álamos de Barrientos, cuando afirma de Portugal que es «un reino de vana gente y soberbia, enemiga del imperio ajeno, que mantiene muy vivo el recuerdo del rey propio y natural y que se desprecia por estar sujeto a Castilla». Para él, los portugueses «son los

enemigos de los castellanos, a lo menos que aborrecen su señorío sobre sí y que si hallaran ocasión mientras dura la memoria del primer estado, gustaría siquiera de mudar señor» (García Cárcel, 1992:103).

La propaganda antiespañola se orientó en destacar cuánta era la crueldad y perfidia de los españoles. El origen de esta campaña fue la propagación del rumor de que en la *Batalla de Alcarzarquivir* (1578), en territorio de Marruecos, el rey portugués Sebastián I moría, pero su cuerpo jamás regresó a Portugal, lo que llevó a muchos compatriotas a no creer en su muerte y mitificar su vida. Al carecer de descendencia, ocupó su lugar el Cardenal Enrique y tras éste, por derechos dinásticos, Felipe II. Los escritos del Padre Teixeira, publicados con éxito en Inglaterra narraban a propios y extraños cómo el propio Felipe II cargó de cadenas y envió a galeras al rey de Portugal para ocupar su trono (Maltby, 1952:124).

La *Revolución Portuguesa* de 1640 buscó el respaldo de Europa frente a España. Los portugueses apelaban a la historia del pasado glorioso medieval en el que «el Reino de Portugal nunca tuvo príncipe y señor de la tierra que fuera sujeto a otro o pagara para alguno tributo» y se exaltaba la vocación atlántico-misionera de su país. Se calificó a los reyes españoles de tiranos y se gestó la antipatía natural luso-castellana. En general, se criticó a España por usar la religión como pretexto para conseguir otros fines (Soto, 2001:175-188).

f) España en América: Hispanofobia



La inmensa mayoría de intelectuales latinoamericanos de prestigio hoy se manifiesta tan distanciado como Mario Vargas Llosa o Ricardo García Cárcel respecto a las viejas descalificaciones de la obra de España en América. Conviene al respecto, en cualquier caso, plantear algunas reflexiones sobre la *Leyenda Negra* hispanoamericana que no suelen ser tenidas en cuenta.

La *Leyenda Negra* de España en América no es un producto original de procedencia americana. Las Casas, que editó su célebre *Brevísima relación de la destrucción de las Indias* sin problema alguno de censura en 1552 en Sevilla, tuvo una enorme proyección en la Europa protestante a partir, sobre todo, de la edición alemana de 1597, con la incorporación de las láminas de De Bry que reflejaban en términos macabros las presuntas torturas infligidas por los españoles a los indígenas. Las críticas a la labor de conquista y colonización en América vinieron en el siglo XVI y en la primera mitad del siglo XVII de la Europa protestante y también de la Europa católica. Hay que esperar hasta 1821, para ver la primera edición americana de Las Casas, llevada a cabo por Servando Teresa de Mier, en pleno bolivarismo» (García Cárcel, 1992:255).

El indigenismo fue un invento del *criollismo* que tuvo sus primeras expresiones en el siglo XVII, con la *americanización de América* que se produce en plena crisis española del siglo XVII. El famoso texto de Poma de Ayala que ha sentado las bases de la llamada *visión de los vencidos* - que parece ser de finales del siglo XVI o de comienzos del siglo XVII - no sería descubierto hasta 1908 y no se publicaría hasta 1912 en Francia. El criollismo barroco recrea el indigenismo y ahí están como testimonios las obras de Garcilaso, Torquemada, Sigüenza o Góngora, que sublimaron especialmente la cultura azteca y, sobre todo, la inca. En el siglo XVIII serán los jesuitas los que reproduzcan algunos de los planteamientos indigenistas (Velasco o Clavijero). Pero la auténtica puesta de largo del indigenismo se produce a caballo del criollismo insurgente de fin del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX, al mismo tiempo que se redescubre a Las Casas y se rearmen viejos mitos como el de *Eldorado*. A lo largo del siglo XIX, el indigenismo será visto por el liberalismo como reaccionario. Habrá que llegar a la revolución mexicana y al cubano José Martí para la redimensión del indigenismo que será, de nuevo, mitificado por los peruanos Mariátegui, Uriel, Valcárcel; los mexicanos Rivera, Siqueiros, Orozco; los bolivianos Navarro y Tamayo y relanzado desde los años setenta del siglo XX (García Cárcel, 2005).

Hasta fin del siglo XVII, con Antonio de Solís a la cabeza, no se desarrolla una interpretación racional de la labor colonial española con una beligerante crítica de la

Leyenda Negra europea. Hasta entonces, sólo se contaba con las críticas directas a Las Casas o la apología épica de Vargas Machuca o una trilogía dramática de Tirso, que convertía la conquista en cruzada. Después vendrían los jesuitas expulsados y la estrategia política de Campomanes al frente de la *Academia de la Historia* que, desde muy diversas procedencias, desarrollarían un esfuerzo común reivindicativo que adolecerá siempre de una excesiva dependencia de la opinión foránea (Idem).

En 1730, el peruano Pedro Peralta publicó su *Historia de España vindicada*, hasta la obra de Rómulo de Carbia, la mejor glosa hispanoamericana de los españoles. En 1935, con el célebre *Congreso de Americanistas*, se produce un rearme apologético de España por parte del hispanismo extranjero que conecta con la historiografía regeneracionista española, de Altamira a Menéndez Pidal. Los Bataillon, Hanke, Lummis, Gibson o Powell, reafirmarán una visión favorable a España que desde América Latina también se ha ido consolidando (Salvador Bernabéu, 2007:239).

Desde Rómulo Carbia a Arturo Usler Pietri, el discurso latinoamericano sobre España ha ido cambiando, diferenciándose progresivamente tanto del discurso metafísico de la hispanidad de Maeztu como de la cómoda apelación al fantasma de la culpa del invasor hispánico. En palabras de Vargas Llosa: «No son los conquistadores de hace 500 años los responsables de que en el Perú de nuestros días haya tanta miseria, tan aparatosas desigualdades, tanta discriminación, ignorancia y explotación, sino peruanos vivitos y coleando de todas las razas y colores» (García Cárcel, 2005).

La legislación de Indias, comenzó con las *Capitulaciones de Santa Fé*, en las que los *Reyes Católicos* nombraban a Cristóbal Colón Almirante, *Virrey* y *Gobernador General de las Islas y Tierras Firmes* que descubriese. Con posterioridad, Alejandro VI, emitió tres bulas papales (*Inter Caetera*, *Eximiae Devotionis* y *Dudum Siquidem*) que consagraban a los *Reyes Católicos* y a sus sucesores (con las limitaciones del *Tratado de Tordesillas*) a proteger a los indios y a convertirlos al cristianismo. Con posterioridad y a través de otras bulas, se daba carácter propio al *Derecho Público Eclesiástico Americano* (Levene, 1973:15-17).

Los nuevos territorios pasaban a ser parte de pleno derecho de la propia España, como ente federal configurado bajo sus respectivos reinos y territorios, adquiriendo, sus ciudadanos, los mismos derechos dondequiera que ellos viviesen (Levene, 1973:37).

En todo momento, hay que tener en cuenta que la incorporación de las Indias a la *Corona de Castilla*, entrañaba consecuencias institucionales que modelaron el gobierno de América - y de los naturales de otras provincias de la península-, en las que el derecho castellano tuvo gran importancia, así como las leyes especiales confeccionadas para el nuevo continente. La provisiones de virreyes y otros cargos indicaba que las Indias se incorporaban a Castilla y éstas, en consecuencia, no eran colonias, sino parte de la monarquía. La implantación en las Indias de las instituciones de Castilla y la propia legislación de Indias, explica el proceso de formación autónoma política y jurídica de las nacionalidades del nuevo mundo (Levene, 1973:25-33).

Según las disposiciones internacionales y los acuerdos pontificios firmados por España (Levene, 1973:10):

«América era incorporada al *Reino de Castilla* y no podían ser enajenada porque sus ciudadanos eran iguales en derecho a los españoles europeos, porque se legitimaba la igualdad de matrimonio entre ellos, porque los consejos de Castilla e Indias eran iguales como instituciones, porque las instituciones en las Indias tenían capacidad legislativa, porque los nuevos territorios pasaban a conformar la *Corona de Castilla, León e Indias*, siendo sus leyes y normas las más semejantes posibles, porque las leyes de Castilla garantizaban todos los aspectos legales que las leyes de Indias no garantizasen».

La primera historia general de las Indias publicada pertenece a Fdz. de Oviedo, 1535, pero hasta la *Historia Natural y Moral de las Indias de José Acosta* (1590) no se integró el mundo americano en el pensamiento europeo. García Cárcel, considera el sermón de Antonio de Montesino en 1511, donde denunciaba el trato que se le daba a los indios, abriría la espita de un debate jurídico que tiene su primer testigo en el *Requerimiento a los indios*²¹, de Palacios de Rubios de 1513 en las *Juntas de Burgos* y

²¹ El *Requerimiento*, o *Requerimiento de Palacios Rubios*, fue un texto creado en las *Leyes de Burgos* que autorizaba y anunciaba la conquista violenta a aquellos indígenas que se negasen a ser evangelizados. Por medio de este pregón estandarizado en idioma español el conquistador debía informar a los indígenas de que Dios, creador de los primeros hombres, había elegido a San Pedro y a sus sucesores de Roma como monarcas del mundo, superiores en autoridad a todos los príncipes de la Tierra. Un Papa posterior.

de Valladolid (Bestard, 1987:16-44). Dicho *Requerimiento*, desapareció en 1542, con la sanción de Carlos V de las *Leyes Nuevas*, influidas en su redacción por la obra de Bartolomé de las Casas, *Brevísima relación de la destrucción de las Indias*, de 1552.

En su obra, Las Casas, afirmaba en su obra que entre treinta y cincuenta millones de indios fueron asesinados por los españoles. Esta y otras críticas pronto hicieron que su libro se editara en otras lenguas europeas, siendo la edición alemana la que más influencia tuvo (*Teodoro* de Bry, de 1597), donde su autor, realizó 17 grabados²² que ilustraban los acontecimientos que Las Casas denunciaba. Estos grabados, hicieron más por crear la *Leyenda Negra* de España en América que todo el contenido de la obra de Las Casas (García Cárcel, 1992:263).

La obra de Las Casas (Paz y Melia, 1947:156) sería prohibida por la *Inquisición* en 1660, a manos del jesuita P. Minguijón, quien se justificaba, diciendo que la obra:

«Decía cosas muy terribles y fieras de los soldados españoles que, aunque fueran verdad, bastaba representarlas al Rey o a sus ministros y no publicarlas, pues de ahí los extranjeros toman argumentos para llamar a los españoles, crueles y fieros».

La crítica de Las Casas al papel de los españoles en América, desató un debate político-jurídico que se basaba en la legitimidad de la guerra de conquista y de la esclavitud de los indios. A la obra de Las Casas, se unió a la ya existente de *Relaciones*, del Padre Vitoria, donde contraponía al indio como sujeto de derecho vs la cristiandad y el rechazo de la autoridad papal para autorizar guerras y a la obra de Sepúlveda, *Democrates secundus*, donde se denunciaba la inferioridad de los indios frente a los españoles.

Alejandro VI, había conferido la posesión de los indios al rey de Castilla. Por consiguiente, los indios recibían la orden de reconocer su autoridad y quedar como sus súbditos libres, cristianos. Toda negativa o toda tardanza en aceptar estas demandas entrañarían la guerra instantánea (Guerra Justa), haciéndoles reos de muerte o de esclavización como rebeldes.

²² La enorme popularidad de sus *Grandes Viajes* permite afirmar que la América de los europeos de los siglos XVII y XVIII fue la América de De Bry. A él, acudían los lectores de la época para descubrir la apariencia y las costumbres de los indios americanos, para obtener descripciones pormenorizadas de los primeros encuentros entre los europeos y los pueblos autóctonos del *Nuevo Mundo* y para conocer las pavorosas imágenes de la conquista española de las Indias.

Lafaye, afirma que hacia 1570 la cuestión de América y el papel de los indios, evolucionó. El *Consejo de las Indias* temía un separatismo político, de este modo comenzaron a promoverse estudios que ahondasen en el pasado indígena de América. Desde una óptica criolla, algunos dominicos como Diego Durán o franciscanos, como Motolinia o Sahagún, defendían que los indios eran descendientes de los judíos (Lafaye, 1984:85-103).

Durante el siglo XVI, América suscitó gran interés en América. En Italia, Scillacio, Trivisan, Geraldini, Verrazzano o Fracastoro desarrollaron una intensa literatura sobre la conquista del *Nuevo Mundo*. Guicciardini, Bembo, Jovio, Antonio Allé, Il Bordone o Pedro Mártir, se centraron en el interés por el legado indio en contraposición al primitivismo con el que de ellos se predicaba. Con el tiempo, nuevos autores se sumaban a esta temática, centrándose en los excesos de los españoles en América durante los primeros años de conquista: Contarini, Tiépolo, Doneto, Doni, Patrizi, Agostini, Cavalvanti, Campanella o Benzoni, para quien los españoles son «sucios, ingratos y traidores» en referencia al mal trato dado a Colón tras el descubrimiento por parte de España (Benzoni, 1989:26-30).

Benzoni, fue uno de los críticos más duros con el papel de España en América, afirmaba que:

«Después de medio siglo del hallazgo de las nuevas tierras, éste se limita al paso de ultramar de apenas quince mil personas [...] Las ciudades fundadas no merecen tal nombre, reduciéndose en la mayoría de los casos a simples aldeas con pocas casas de caña y barro, que, todas sumadas, no rebasan en amplitud ni siquiera a un barrio de Milán [...] La evangelización de los indios ha resultado un completo fracaso, puesto que no son cristianos y porque la mala conducta de los españoles ha hecho que aquellos no aprecien las creencias que intentan inculcarles».

El historiador inglés que más contribuyó a la visión crítica de España en América fue Hakluyt en *Principales viajes, tráfico y descubrimientos de la nación inglesa* (1589), *Discurso concerniente a la plantación occidental* (1583) y *Diversos viajes relacionados con el descubrimiento de América y las islas adyacentes* (1565) (De Cabria, 1944:80-85):

«Si los castellanos, simulando un celo religioso para plantar el cristianismo en aquellas partes, con sus hechos no han predicado más que avaricia, rapiña, sangre, muerte y destrucción a a quellas desnudas y mansas criaturas de Dios, elevándose estatuas y trofeos de victoria a sí mismos en la matanza de millones de inocentes, ¿no sube hasta los cielos el grito de las pobres víctimas desaparecidas?»

Compatriotas ingleses de la talla de Walter Raleigh, Milton, D'Avenant, De Thomas Scott, Cromwell, Purchas, Gage, el holandés Laët o el español Coreal, también criticaron estos excesos y en especial, la crueldad derrochada por Cortés en México. Gorges (De Cabria, 1944:81-93), en *América pintada al natural*, afirma que:

«Si los comandantes que llegaron después, hubiesen sido hombres de tanta prudencia y moderación como los primeros descubridores, el Rey de España, ciertamente habría ganado mucha mejor reputación en la conquista de aquellos pueblos»

La Francia del siglo XVI, cuestionó que España fuera la auténtica descubridora de América ya que era un genovés el descubridor y criticaba el monopolio sobre las *Indias Occidentales*. Montaigne, influenciado por las obras de Gomara, Chauveton o Benzoni (Salavertt, 1984:142-147) en sus *Ensayos*, escribe:

«¡Tantas ciudades arrasadas, tantas naciones exterminadas, tantos millones de personas pasadas a cuchillo y la parte más bella y rica del mundo trastornada por la negociación de las perlas y la pimienta!».

Es importante remarcar que las palabras *colonia* o *factoría* no se mencionan en las *Recopilaciones de Indias* ni en la doctrina de los juristas españoles de los siglos XVI o XVII. Y es así porque estos territorios, según las propias leyes, no se habían logrado propiamente por la conquista, sino por la pacificación y población, realizadas «con toda paz y caridad y sin fuerza ni agravio» (Levene, 1973:34-48).

Es decir, que mientras desde el independentismo americano o desde la rivalidad europea, la presencia de España en América se veía como colonialismo, desde España, se entendía como una gestión más de sus territorios y es, sólo a partir del siglo XVIII, cuando desde España comienza a hablarse de los *dominios de ultramar* para referirse a

sus territorios indianos, exceptuándose de nuevo, los términos *colonia* o *factoría* (Levene, 1973:79).

Con la distancia de los siglos, aquellos territorios no eran colonias *de jure*, pero sí *de facto*, aunque en la jurisprudencia y codificación legal del propio siglo XIX, se seguía afirmando que «los vastos y preciosos dominios que España posee, no son propiamente *colonias* o *factorías*, como las de otras naciones europeas», como afirmaba la *Declaración del Gobierno Peninsular* de 1809, prerrogativa que, como indicaba Mariano Moreno, nunca debió desconocerse (Levene, 1973:116).

Dentro de España, la labor de nuestro país en América fue uno de los argumentos esgrimidos en Cataluña por los revolucionarios, en 1640, contra la monarquía de Felipe IV. «Lo peor después de tantas lástimas es que tomando a los indios a millares y embarcándolos o llevándolos en manadas en cadena les iban vendiendo por esclavos en otros reinos con lo que hicieron los reales castellanos grandes haciendas» afirmaba el folleto *Secretos Públicos* (1641). Otro panfleto, *Victoria que han alcanzado los castellanos contra los engaños de Castilla* (1642), rezaba que «pensaban enfangarnos, como han hecho a los Indios que con buenas palabras los llamaban da su obediencia y después los mataban con una crueldad que ni Diocleciano a los mártires» (García Cárcel, 1985).

Sin embargo, no sólo desde Cataluña vinieron estas críticas. Autores como Juan de Cabrera, Alejandro Aguado, Campillo, Lope de Vega, Azorín o Gracián (Del Arco: 1944: 422-426) trataron con ironía el desaprovechamiento de las Indias:

«Creedme que los españoles son vuestros indios y tan desinteresados que con sus flotas os traen a vuestras casas la plata ya acedrada y ya acuñada, quedándose ellos con el vellón y bien trasquilado»

Entrados en el siglo XVIII, las crítica de los ilustrados tampoco se dejaron esperar: Tournemime, Lafitau, Goguet, Voltaire, Robertson, Montesquieu, Buffon, Marmontel, Turgot, Cornelius de Paw, Smith, Rousseau, Raynal, Parnety, Ladouceur, Roubaud, Galiani, Baulainvilliers, Gobineau o Pufendorf, trataron en sus obras los efectos nocivos de la colonización de las Indias Occidentales. A medida que el siglo

XIX se acerca, se van sumando a las críticas otros intelectuales y misioneros de la talla de: Solís, Gomara, Herrera, Garcilaso, Condamine, Conte de la Blanchardière, Chappe de Hauterouche, Lafitau, Charlevoix, Blanc de Guillet, Laspinasse de Langeac, Joubert, André Chenier, Tournon, Natal Alexander, Cornelio de Paw o Raynal (García Cárcel, 1992:295-303), para quien:

«El *Imperio* que habían fundado se hundió pronto por todas partes. Los progresos del desorden y el crimen, fueron rápidos. El comercio no fue más que el arte de engañar, la ignorancia marchaba del brazo de la injusticia»

Hacia finales del imperio colonial español, existían dos tipos de colonias, las formadas por emigrantes y las formadas por militares, en las que en el primer caso, las relaciones con la metrópoli se hacían más complejas y distantes. Los reyes de España, en todo momento, habían tratado de aunar los dos tipos de colonias en una, estableciendo en ellas una forma de gobierno y administración interior bajo distintos gobernadores propios y con leyes particulares, dándoles así autonomía, pero reteniendo el derecho a hacer leyes, imponer tributos o nombrar funcionarios, con lo que se aseguraban su dependencia (Levene, 1973:95).

Llegado el siglo XIX, las críticas vendrán desde las propias colonias, motivadas por las ansias criollistas e independentistas. El imperio colonial, comienza a desaparecer entre 1808 y 1824, sobreviviendo hasta 1898, debido, principalmente, a las revoluciones de Estados Unidos y de Francia. A partir del siglo XVIII, se había vivido en América una corriente reformista en la que algunos criollos pedían que, en el marco de la política ilustrada de los monarcas españoles, se mejorara la situación americana: Baquijano, Carrillo, Victoriano de Villava o Araugo y Parreño.

Bolívar, en 1819, afirmaba: «Desde el descubrimiento hasta los últimos periodos de América, se han padecido torturas por parte de sus destructores, los españoles». Frente al colonizador español, el criollo es convertido en colonizado, creando y asimilando la Leyenda Negra europea que se había forjado en el *Viejo Contiente* y se reabre el mito de *Eldorado* como tesoro robado por los españoles y que todo criollo debería recuperar: «¿Serían más tiempo la exclusiva posesión de una potencia

mezquina, que con sus leyes bárbaras ha hecho la infidelidad durante tres centurias de tantos millones de habitantes?» (Pérez, 1986:127-147).

Lynch, afirma que, entrados en el siglo XIX, existió una desconfianza en el gobierno borbónico que ni les daba mayor autonomía ni les proporcionaba defensa suficiente. Ante el desmoronamiento de la monarquía en 1808, los criollos tuvieron que llenar el vacío existente, puesto que tenían que anticiparse a una rebelión popular: «Allí donde el miedo de los criollos al populacho americano, los hacía preferir la protección del ejército español, la independencia no podía avanzar sin estímulo exterior, donde la liberación la importaron los ejércitos de Bolívar y San Martín» en el caso de Perú. En el caso de México, la élite criolla aspiraba a una autonomía que fue desbordada por las rebeliones populares de Hidalgo y Morelos, desembocando en independencia (García Cárcel, 1992:328).

En 1864, Francisco Bilbao, influido por la obra de Las Casas, en *Evangelio Americano*, afirma que «la *Metrópoli* nos trajo todos los males que acompañan al catolicismo y a la intolerancia, viéndose privado el pueblo sudamericano de todo adelanto por estar vinculados a España», lo que se contrapone con el avance de Estados Unidos y sostiene: «el progreso consiste en desespañolizarse». En el advenimiento del cuarto centenario del descubrimiento, surge una corriente más neutra y positivista.

Sin embargo, el siglo XX se abre con la pérdida de Cuba, Puerto Rico y Filipinas, que suponía el final del Imperio Colonial. Hasta 1930, desde España, se potenciaría una etapa pródiga en juicios de valor histórico sobre la conquista de América, que verá en la obra de Ramiro de Maeztu, *Defensa de la Hispanidad*, la máxima legitimación. Será en los '40 cuando se desate la explosión historiográfica: Robert Ricard, Fernando de Armas, Bataillon, Giménez Fernández, Lewis Hanke, Charles Gibson, Jhon Ledd Phelman, García Gallo, Ricardo Zorraquino, Richard Konetzke, Borah, Cook y Simpson, Ballesteros, Pérez de Tudela, Demetrio Ramos y Rómulo de Carbia, que en su obra (1944) sobre la *Leyenda Negra*, deja el mejor testimonio (De Cabria, 1944: 239-251).

Entrados en los años '50, se sale de una historiografía esencialista para entrar en una historiografía sociologista e institucionalista, minimizando las proporciones del

catastrofismo demográfico (Rosemblat), desdramatizando el papel de los corregidores de indias (Lohmann) o matizando el papel de las encomiendas (Chevalier). Llegados a la década de los años sesenta, se produce una influencia de la antropología anglosajona, de la mano de Phelan, Góngora, Jara, Kossok, Stein, Wallerstein, Lockart, Keith, Gibson, Khale, Zapata, Boyd-Bowman, Sauer, Lipschutz, León Portilla, Giovanescu, Manzano, Pérez de Tudela o Milhou; donde se debate sobre la identidad de los emigrantes en Indias, fijando las connotaciones del modelo colonial español, el mesianismo colombino o el predescubrimiento.

Es en los '70 cuando emerge la historia económica, floreciendo estudios sobre el siglo XVIII (Van Young, Bakewell, Florescano, Taylor, Hamentt, Brading, Serreva, Mörner, Bauer, Carmagnani, Frank), que influirá en las décadas siguientes. Con el quinto centenario, ha aflorado una imagen negativa de la labor española en América, comparando el descubrimiento americano con el holocausto judío de la *Segunda Guerra Mundial*²³.

En el *Segundo Encuentro de la Comisión de Estudios de Historia de la Iglesia en América Latina* (1984) se habló de «invasión» y en el *Primer Simposium Iberoamericanode Estudios Indigenistas* de Sevilla (1986) se concluyó que el quinto centenario del descubrimiento no era digno de celebración puesto que «muchos de los problemas – del continente – tienen su origen en la situación creada en América en 1492». Hechos que influyeron en la *XLI Asamblea General* de la ONU para que se eliminara la *Celebración del V Centenario del Descubrimiento de América* (1986) (García Cárcel, 1992:335).

«Tras el fin de las guerras de independencia, se buscó una independencia de todo lo vernáculo, pero en esencia, todo era español y aunque los teóricos querían extender la independencia a todo lo que les rodeaba, además de lo político, mantuvieron una actitud adversa a todo lo español. Había que desespañolizarse y como a la madre España se le adjudicaban todas las causas de las desventuras nacionales que impedían una organización política estable en las nuevas repúblicas, todo se concitó para que se admitiese sin reservas que, estando el mal en lo español, había que proceder a extirparlo de raíz» (García Cárcel, 1992:144).

²³ *Boletín Americanista* de Barcelona de 1983

g) Los viajeros que exportaron «España»

Durante el siglo XV, visitaron España – que se tenga constancia - Georg Von Ehringen, Rosmithal, Roberto Gaugin, Eustache de la Fesse o el polaco Nicolás de Popiedoro. La crítica más importante de éstos, es la suciedad de los españoles al vivir como «brutos sarracenos» y comentarios sobre las costumbres de las mujeres. García Cárcel, da cuenta de lo publicado fuera de nuestras fronteras (Villari, 1907:61-71):

- Camilo Borguese, sentenciaba en 1594 - casi un siglo después que los autores indicados, pensando lo mismo de los españoles - que en España, «las casas son malas y feas y hechas casi todas de tierra y entre otras imperfecciones, no tienen aceras ni letrinas, por lo que todos hacen sus necesidades en los orinales, los cuales, luego tiran a la calle, cosa que produce un hedor insoportable. Ha obrado bien la naturaleza, que en aquella parte, las cosas odoríferas están en abundancia que de otro modo no se podría vivir, donde si no se usase diligencia para limpiar frecuentemente las calles, no se podría andar, aunque a pesar de eso, no es posible andar de pie».
- El estudioso García Mercadal, registra durante el siglo XVI un total de 32 viajeros extranjeros que dejaron su impronta en la literatura extranjera (García Cárcel, 1992:111)
- Guicciardini, afirmaba: «Son sutiles y astutos, pero no se distinguen en ningún arte mecánico ni liberal, ni se dedican al comercio, considerándolo vergonzoso, todos tienen en la cabeza ciertos humos de hidalgo, nada aficionados a las letras y en apariencia religiosos, pero no en la realidad».
- «Feliz éxito consigue esta nación española fuera de casa, porque amén de la aptitud que tiene para las cosas de la guerra, es capaz en todo género de disciplinas y sobre todo, obediente a sus jefes y pacífica en el interior. Carecen de ese gran vicio que es la intolerancia y que hoy tanto abunda en la valerosa nación italiana. Aguantándose los españoles los unos a los otros y disimulando sus imperfecciones, mantienen su reputación», sentenciaba Leonardo Donato.

Encontramos también a Francesco Guicciardini, Andrés Navajero, Marino Cavalli, Antonio Tiépolo, Leonardo Donato, Gaspar y Tomás Contarini o Mesorini, que en general, aportan una visión favorable de España que incide sobre todo, en aspectos del paisaje o en cuestiones antropológicas de los españoles. Cavalli» (Farinelli, 1942-1979), escritor italiano, afirmaba del *Emperador* Carlos I que:

«No tiene imperfección alguna: se abstiene de todos los vicios, es en todas las acciones – hasta en las más mínimas – tan compuesto y bien ordenado, advertido y juicioso que ninguno puede desear ventaja, con ciertos movimientos y ciertas palabras, tan prudentes, que merece ser admirado de cada uno»

Sin embargo, lo que más caracterizó a España para estos viajeros, fue el paisaje patrio. Merosini, decía que «España es mayor que Francia, pero no tan fértil ni tan llena de gente, de donde resulta que muchas tierras quedan sin labrar, amén de las no pocas que son montañosas y estériles». Y en esta línea, Federico Cornaro añadía que:

«España es estéril por la aridez del suelo, por los vientos, por el calor excesivo y seco, pues fuera de algunas provincias que el mar baña, en lo interior del país no se encuentra casa por espacio de jornadas enteras y los campos aparecen abandonados e incultos».

Entrados en el siglo XVII, se refuerza de la mano de viajeros franceses, los sambenitos de siglos posteriores: incultura, belicosidad, melancolía o galantería. Bertaut, en 1664, afirmaba:

«Creí que los españoles eran pacientes y previsores, pero no tienen más que el aspecto grave y aún eso en la ciudad de Madrid, porque cuando están en el campo, hacen siempre correr las mulas de sus carrozas a brida suelta y se muestran más impacientes y más fogosos que nosotros, pasando de pronto del mayor frío del mundo al mayor arrebato. Dicen de nosotros que tenemos flema. En efecto, es verdad que los alemanes y holandeses y hasta nosotros tenemos mucho más que ellos, y hasta que los italianos [...] No leen casi nada, apenas se preocupan tampoco del porvenir y viven sino al día y hasta, aunque su país sea estéril y los bastimentos como ellos llaman a los víveres, sean allí muy caros, no se ve que tomen el trabajo de hacer provisiones en ninguna parte, de ese modo a menudo les falta pan».

Mme. D'Aulnoy (1691), de igual modo, publicaba un escrito en el que afirmaba de los españoles que:

«No abandonaban sus espadas ni para confesarse o comulgar. Dicen que las llevan para defender la religión y por la mañana, antes de ponérsela la besan y hacen el signo de la cruz con ella. Tienen una devoción y una confianza muy especial en la Virgen Santísima. Son orgullosos y presuntuosos. Esa gloria está mezclada de gravedad y la llevan tan lejos que puede considerarse como un orgullo extremado. Son valientes, sin ser temerarios, hasta se les acusa de no ser suficientemente atrevidos. Son coléricos, vengativos, sin dejar descubrir sus arrebatos, liberales sin ostentación, sobrios en la comida, demasiado presuntuosos en la prosperidad y demasiado humildes en la mala fortuna. Adoran a las mujeres y están tan prevenidos en su favor, que la inteligencia no tiene bastante parte en la elección de sus amantes. Su mayor defecto, en mi opinión, es la pasión de vengarse y los medios que en ello emplean. Sus máximas sobre eso, son absolutamente opuestas al cristianismo y al honor; cuando ha recibido una afrenta hacen asesinar

a aquel que se la ha hecho, pero no se contentan con eso porque también hacen asesinar a aquellos a los que han ofendido, por la aprensión de verse prevenidos, sabiendo bien que si no matan, serán muertos».

Brunel, más crítico, afirma de los españoles que:

«Creen que es grandeza de alma aparecer fanfarrona en sus gestos y en sus palabras y el mal está que, viajando muy poco, no tienen medio de depurarse de ese defecto, que les viene con la leche que maman y el sol que les alumbra. Se encuentra tantos españoles ignorantes, que no creen que haya otras tierras más que las de España, ni otra ciudad más que Madrid, ni otro rey más que el suyo. Cuando hablo de españoles ignorantes, hablo de esos castellanos buenos y puros que no habiendo abandonado su hogar, no saben si Amsterdam está en las Indias o en Europa».

Bartolome Joly (Díez, 1975:57-59), fue de entre todos, el que quizá vertió más duras críticas sobre España en 1604, al afirmar que:

«La gran sequedad de los españoles, atempera en nosotros por un humor moderado y la dureza del cerebro que les hace despreciar el aire libre y los gorrillos, les trae tantas incomodidades como la mala vista [...] A ser sordos creo que están también muy sometidos [...] Tienen la mayor parte de los dientes cariado [...] Son débiles e indigestos [...] Con el gran empleo de la pimienta, no dejan de eructar y soltar sus exhalaciones»

Los viajeros ingleses fueron muy escasos, ya que Jacobo I controlaba muy duramente el despacho de pasaportes a sus súbditos, prohibiéndoles en muchas ocasiones el viaje a España para evitar el contacto con los compatriotas católicos que abundaban en los seminarios y en los ejércitos españoles. De hecho, la guía Fynes Meryson, que se publicó en 1617, no incluyó a España como posible destino. James Howell (1620) o Robert Bargrave (1654) son algunos de los afortunados que pudieron llegar a puertos andaluces (García Cárcel, 1992: Capítulo 1.5).

Durante el siglo XVIII, los viajeros que arriban a España reiteran la imagen negativa de España y de lo español que hacían sus homólogos anteriores. Debido a la dialéctica literaria y propagandística, abundan los falsos viajeros como Argens, Prevost, D'Arnobat, Delaporte, PreVolkman, Conca, Jon Potcki.

El viajero más famoso era el diplomático Louis de Rourray, duque de Saint Simon, que en sus memorias (1721) daba una imagen favorable de España, que contrarrestaba con la que publicitaba en sus obras Etienne de Silhouette (1730) o Charles-Frédéric (1738), que rezaban de los españoles que son «holgazanes y perezosos y se preocupan muy poco por los asuntos de su prójimo [...] No se relacionan fácilmente con los extranjeros, de los que en general, hacen poco caso» (Lafarga, 1992:22-23).

Los viajeros alemanes se distinguen por su ecuanimidad: Von Pillnitz, Baum Gärtner, Hager, Fischer o Linck, que sentarían las bases de la hispanofilia alemana romántica. Los italianos, no se apegan de los prejuicios y en boca de P.Caimo o Antonio Ponz afirman: «No conozco pueblo más llano en prejuicios que éste. El español es como el inglés, enemigo de extranjeros debido a su vanidad extrema y exclusivista» (García Cárcel, 1992-184).

Como viajeros ingleses, destacan Clarke, Cumberland, Bowles, Dillon, Southoy, Harvey, Dalrymble, Baretti, Jardine o Swinburne. Destacan por su simpatía hacia España, contribuyendo a fijar el tópico romántico del pasado oriental español. Swinburne es el primer autor extranjero que identifica como diferentes a andaluces, valencianos, catalanes, castellanos o vizcaínos. El último gran viajero inglés del siglo XVIII es Joseph Townsend, publicando su obra en 1791 (Aguilar, 1997:407-423).

Los franceses Peyron, Fleuriot, Bourgoing o Laborde seguirán criticando la holgazanería, las supersticiones o la Inquisición española antes de entrar en el siglo XIX.

h) La propaganda oficial del Imperio. La Leyenda Rosa

La *Leyenda Negra* europea, no puede entenderse sin la *Leyenda Rosa* española: la exaltación de los valores hispánicos del *Imperio* que se hace desde la propia España. España, recién configurada como estado moderno, dominaba colonial, económica, militar y políticamente el panorama europeo de comienzos del siglo XVI. El modelo imperial de Carlos I, según Alfonso Valdés en *Diálogo de Mercurio y Carón*, se

identificó bajo el principio *Humanitas Christiana*, Dentro y fuera de sus fronteras y sobre todo, bajo el reinado de Felipe II, se propagó a través de los intelectuales orgánicos (García Cárcel, 1992:28) la propaganda política del régimen.

Es indispensable analizar el capítulo 1.6 del libro de García Cárcel titulado *La Leyenda Negra, historia y opinión* para poder tener una visión general del pulso propagandístico de la época. La admiración por España y por su lengua, se dejó también notar fuera de nuestras fronteras:

- Silhon destacó «la audacia y la astucia de los españoles y su prudencia al tener siempre el pensamiento futuro y pasado cuando deliberan». Balzac, reconoció a los españoles un gran amor a su patria y una singular abstinencia
- Con un estilo populista y de panfleto, escritores como Boucher o d'Orleans crearon una propaganda favorable a España donde se presentaba a Felipe II como un soberano que se contentaba con sus posesiones y que hacía de protector de las mismas
- Mathieu de Magnes, abad de St. Germain, consideró que «toda política antiespañola era anticristiana», criticando a las voces discordantes con la política de España en el concierto europeo
- Crucé, atribuía en 1623 la enemistad francoespañola a razones políticas, ya que «tales enemistades no son políticas y no pueden malograr la conjunción que existe entre los hombres, la distancia de los lugares, la separación de las resistencias no aminora la proximidad de la sangre»
- Campanella, dominico calabrés, analizando el carácter de las naciones, llegó a afirmar que «los españoles son muy astutos, prefieren los negocios a las empresas y las palabras a los hechos y como éstas van infinitamente más allá que los segundos, vencen cuando la presteza y la eficacia no les cierra la boca»
- Para Campanella, el *Imperio Español* era «un monstruo de tres cabezas: la esencia en Germania, la de la existencia de España y la del valor en Italia». Para él, «los tímidos, como los españoles, no logran ninguna empresa cuando se hace de una manera súbita y con audacia, sino que tiemblan, ceden y se abajan, pero más tarde recobran el consilio, negocian y utilizan el arte de debilitar el valor de los atrevidos y de hacerlo vano»
- El Padre Caramuel, en *Respuesta al Manifiesto del Reyno de Portugal* de 1642, replicaba a los independentistas de algunos sectores portugueses: «si preguntamos a las Coronas de Castilla y de Aragón cómo les va, responderán muy gozosas que bien. Antes de unirse eran trofeo de mahometanos y bárbaros, y unidas triunfan no sólo en África e Italia, sino también en nuevo orbes [...] Hubiera perecido Flandes al faltar la asistencia de dinero y soldados españoles. Alemania, apenas tendría ciudad católica si nos las defendiese con sus tesoros la Corona de España. Los ríos de plata y oro y las preciosas minas que tienen castellanas Indias han

enriquecido de tal manera a Portugal que los que ayer tenían su hacienda de pimienta y azúcar hoy se sirven de riquísimas vajillas de plata y atesoran oro crudo labrado y acuñado»

- El español Juan Rulfo, en 1584, afirma en su obra *La Austráida* que Felipe II es «el pastor de Dios en la Tierra»
- Jaime Valdes consideraba que le corresponde el título de Emperador por su reputación y por sus vastos territorios, Alonso de Ercilla y Fernando de Herrera harán propaganda de la *Batalla de Lepanto* o de la unión con Portugal, Cristóbal de Virúes y Bartolomé Leonardo de Argensola sublimarán la preparación de la Armada Invencible.
- Lope de Vega, potenciará nuestro papel en *La Dragonela*, *Los españoles en Flandes* o en *Don Juan de Austria en Flandes*.
- El narcisismo hispánico se desataría febrilmente en el siglo XVII. El español Juan Pablo Mártir Rizo, en *Norte de Príncipes*, afirmaba: «los españoles, aunque de estatura pequeña, la grandeza de su corazón es tan enorme, que les da aliento, de forma que con su propio valor se hacen los dueños del mundo»
- Valle de la Cerda, defendía el valor patrio y afirmaba que «muchos príncipes belicosos que han deseado tener buen fin en las cosas de la guerra, se han aprovechado de los españoles, como - dice Diodoro Sículo - los cartagineses, tomando como instrumento su valor y su destreza para sujetar África [...] su valor y fortaleza entre todas las naciones del mundo, aún es más fuerte que la de los romanos».
- Antonio de Nebrija, en su *Gramática Castellana*, afirmaría que «la lengua, es la mejor compañera del Imperio».
- Cabrera de Córdoba llegó a elogiar a Felipe II por «dar la lengua castellana a todo lo que el sol alumbraba».
- Arias Montano, en 1570, afirmaba que «después del hecho de la religión, no hay cosa que más concilie los ánimos de los hombres de varias naciones que la unidad y conformidad de la lengua»
- Juan de Salazar (1619), insistía en que «el principal instrumento del Imperio es la lengua, que es tan poderosa como la espada»
- En boca de Joly: «El orgullo español puede ser la ocasión que aleja de ese modo a los franceses de la amistad de los españoles. Que los españoles, si por fortuna, han estado en muchos países, en Italia o Flandes, tienen mucha materia para hacerse importunos y fastidiosos al contar sus hechos de armas [...] De la gran opinión que estas gentes tienen de sus personas y del desprecio con que miran a los demás procede, no diré yo el odio, sino el justo desdén de las naciones. Digo yo que cuanto más odiados son, más odian a los otros»
- En boca de Morel Fatio: «España cerró el camino a los árabes, salvó a la cristiandad en Lepanto, descubrió un nuevo mundo y le llevó nuestra civilización, creó en el arte una pintura del realismo más poderoso, en teología un misticismo, en las letras, la novela social y la nación, dio al sentimiento del honor su expresión más refinada y soberbia».
- Gracián, en el *Criticón*, afirma sobre los españoles que: «Son muy juiciosos, pero no tan ingeniosos. Valientes pero tardos. Son leones pero con cuartana. Muy generosos y aún perdidos.

Parcos en el comer y sobrios en el beber, pero superfluos en el vestir. Abrazan todo lo extranjero, pero no estiman lo propio. No son muy crecidos del cuerpo, pero de grande ánimo. Son pocos apasionados por su patria y trasplantados son mejores. Son muy llegados a la razón, pero arrimados a su dictamen. No son devotos, pero tenaces de su religión. Y absolutamente, son la primera nación de Europa, pero odiada porque envidiada [...] La soberbia, como la primera en todo lo malo, cogió la delantera. Topó con España, primera provincia de Europa. Pareciose tan de su genio, que se perpetuó en ella. Allí vive y allí reina con todos sus aliados: la estimación propia, el desprecio ajeno, el querer mandarlo todo y servir a nadie, hacer de don Diego y vengo de los *Godos*, el lucir, el campear, el alabarse, el hablar mucho, alto y hueco, la gravedad, el fasto, el brío, con todo género de presunción y todo esto desde el noble hasta el más plebeyo»

Sin embargo, al final de su vida²⁴, llegará a la conclusión contraria, para él, «Francia es una potencia más segura que España, cuyos reyes han servido a la causa católica bastante menos de lo que presumen».

Giovanni Botero, en *Raggione di Stato* (1589) y en *Relazioni Universali* (1596), exalta la cooperación entre españoles e italianos en el descubrimiento de América por Colón y las glorias de la conquista, aunque sí critica la decadencia de la agricultura española o la indolencia castellana (Antonucci, 1974:286).

Guevara, Sepúlveda, Mexia, López de Gomara, Salazar u Ocampo, se convertirían en cronistas oficiales de Carlos I. Felipe II contó con la pluma de Cabrera de Córdoba, Antonio de Herrera, Van der Hammen, Cervera de Torre, Pérez de Herrera, Ginés de Sepúlveda, Diego de Yepes o Baltasar Parreño, que lucharon por cambiar el sobrenombre de *Demonio del Mediodía* por el *Rey Prudente*. Matías de Novoa, Céspedes y Meneses, González Dávila o Ana de Castro Egas escribieron por conseguir de Felipe III, la idea de *El Buen Rey*. Felipe IV, no conoció tantas glorias, pero tuvo a su lado las publicaciones de Jerónimo de Mascareñas y de los propios Céspedes y Meneses y Matías de Novoa (García Cárcel, 1992: Capítulo 1.6).

La rebelión de los Países Bajos motivará una exaltación de las responsabilidades religiosas de los españoles en Europa. Así lo defendieron Arias Montano, Baltasar de Ayala o Cerdán de Tallada.

²⁴ Desde 1634 hasta su muerte en 1639, se convirtió en asistente de Richelieu, época en la que escribiría *Monarchia Della Nationi o Aforismi politici*.

El desastre de la *Armada Invencible* tornó aquella en cruzada, pues como Ribadeneyra en *Historia eclesiástica del cisma de Inglaterra* (1598) era sentir popular que: «ninguna guerra de las pasadas fue tan circunstanciada y en ninguna se peleó tanto por Dios y contra la maldad como ésta».

Antonio Pérez o Álamos de Barrientos, consideraban a Inglaterra un «país de corsarios». Juan de Salazar, la denominaba «isla» y afirmaba que «roban en el mar con navíos y bajeles» y el propio Cervantes, en Persiles, la describe como un «gótico y nebuloso mundo del remoto Norte». Antonio Sherley, dice de su patria que «es uno de esos países que necesitan todo de los demás, lo contrario a España, que es de los que lo dan todo». Marcos de Isaba, en 1594, afirmaba:

«Las naciones que están fuera de España, súbditos y amigas y confederadas con su Majestad de su natural son inconstantes, variables, amigas de novedades y mundanas [...] La grandeza de nuestro Rey y el dichoso nombre español tienen muy pocos amigos, ya que la grandeza y las victorias les pesa mortalmente. En lo antiguo, los españoles han sido bienquistos de todas las naciones y ahora somos aborrecidos y odiados de ver éstos esta autoridad y grandeza, como la envidia es gusano que no tiene reposo, de aquí nace la enemistad y la mala querencia que tienen turcos, moros, árabes, judíos, franceses, italianos, alemanes, bohemios, ingleses y escoceses, enemigos de los españoles. Hasta en el nuevo mundo, el sonido de las armas de esta nación es odiado y malquiso. De manera que Rey y nación, visto y mirada, con tan malos ojos de tantos y en esta edad tan defensora de la Iglesia, es menester que viva con mucha vigilancia y cuidado».

A medida que se iba conformando la identidad nacional – desde el siglo XVI comienza a difundirse el término nación española - de España sobre su *Imperio*, también se iba vinculando con su unidad lingüística. Para Juan de Salazar, «el principal instrumento del *Imperio* es la lengua, tan poderosa como España».

Esta idea se plasmaría en las obras *Apología de Adeserenda hispanorum eruditione sen de viris hispaniae doctis enarratio* (1553) de Alfonso García de Matamoros, *Diálogo de la lengua* (1536) de Valdés, *Libro de las Abanças* (1557) de Viciano, *Diálogo de las lenguas* (1582) de Damasio de Frías o *Discurso de la lengua castellana* (1585) de Ambrosio Morales. España era la nación «en cuyos terrenos nunca se ponía el sol». El padre Juan Caramuel, en *Declaración mística de las armas de España*, afirmaría que (García Cárcel, 1992:121-130):

«La capacidad de España es tan extensa y careciendo su Imperio de límites [...] todo lo ocupa y lo perfecciona [...] no hay ángulo escondido en todo el orbe que no deba, por lo menos a España, la noticia de la verdadera religión». Esta sublimación de la conciencia de superioridad respecto a los demás fue originando una xenofobia cada vez más intensa frente a extranjeros y lo foráneo por parte de los españoles de la época.

La *España Imperial*, como pueblo dominador de Europa, América e Indochina, asoció a todos los pueblos su pensamiento y su idioma. Desde las escuelas de Toledo, donde los estudiantes europeos perfeccionaban las técnicas occidentales y aprendían las técnicas orientales, a la influencia de los literatos españoles en la prosa y en la poesía de los países europeos, todo, tenía un cariz eminentemente español. Los tercios españoles, los estudios de geografía, los grandes avances en medicina, las maravillas mecánicas, los estudios metalúrgicos en América, la lingüística castellana, las misiones coloniales, los movimientos filosóficos y del pensamiento, los tratados en derecho y jurisprudencia o las fundaciones benéficas. En todos estos ámbitos, España era la indiscutible potencia (Juderías, 2003:102-128).

Para Benito Peñalosa y Mondragón, monje napolitano, en *Libro de las cinco excelencias del español* (1629), que despueblan a España para su mayor potencia y dilatación indica cinco excelencias del español: «religión, literatura, belicosidad, nobleza y riqueza».

Con todos sus defectos, los españoles, hasta la *Batalla de Rocroy* (1643) (Juderías, 2003:91), que inició su decadencia, fueron indiscutiblemente la primera nación europea:

«Su constancia inquebrantable, su no ceder ante el peso de la enemistad universal, su firmeza al mantenerse en todos los puntos de sus dominios, por lejos que se hallasen, su energía en el mantenimiento de sus derechos sosteniendo guerras contra los holandeses, sus conquistas en América, sus victorias sobre los turcos, su dominio de Portugal, el terror y el respeto que infundían a sus enemigos, son hechos que hacen de los españoles de aquella era, un pueblo verdaderamente grande y memorable»

El modelo imperial *Humanitas Christiana*, que como veíamos en el apartado anterior, el *Emperador* quiso imponer en los dominios europeos y por extensión,

también en los de ultramar, pronto comenzaría a decaer (Laguna, 1962). Haciéndose, reza García Cárcel, «patético a lo largo del siglo XVII: Quevedo reaccionará con amargura arrogante y Gracián con sarcasmo y ambigüedad».

Quevedo, a la par que defiende el papel de España en *Carta al muy cristianísimo Luis XIII, Lince de Italia o zahorí español* o *España defendida y los tiempos de ahora con los novelones sediciosos*, se queja de que no escribamos los españoles nuestra propia historia: «Tenemos dos cosas que llorar los españoles, la una, lo que de nuestras cosas no se ha escrito y lo otro, que hasta ahora, lo que se ha escrito ha sido tan malo que viven contentos con su olvido las cosas a que no se han atrevido nuestros cronistas, escarmentados de que las profanan y no las celebran. Ha permitido Dios todas estas calamidades para que con nosotros acabe nuestra memoria». En *España defendida* (1609), Quevedo insiste: «No nos basta ser tan aborrecidos en todas las naciones, que todo el mundo nos sea cárcel y castigo y peregrinación». Julián Juderías (2003:33) además, señala también:

«El patriotismo admirable de Sagunto o Numancia, el esplendor de las letras latinas en una Roma que decaía a la que España dio también emperadores famosos, el renacimiento de las letras en Sevilla cuando en Europa todo era barbarie, ocho siglos de lucha ininterrumpida contra los árabes, fusión de las ciencias de Oriente y Occidente, cuna de los navegantes más audaces y de los exploradores más atrevidos y la cultura que más ha influido en la literatura».

Además, Gracián arremeterá contra los escritores italianos que «no meten realidad ni sustancia, los más pecan de flojos, no tienen pimienta en lo que escriben. Prometen mucho y dejan burlado al lector y más si es español».

3.1.2 De la historiografía a la hispanomanía: la *Leyenda Amarilla*

a) La influencia española de los siglos XVI y XVII

Ya en la *Antigüedad* y durante el *Medievo*, España aportó importantes contribuciones al común acervo cultural europeo (Séneca, San Isidoro, Averroes o Raimundo Lulio). Pero sobre todo, lo español y nuestra literatura conocieron una amplísima difusión y popularidad en la Europa del XVI y XVII. España, como parte del Imperio Romano, aportó personalidades como los emperadores Trajano, Adriano, Teodosio y Magno Clemente Máximo, dirigió su política con los cónsules Cornelio Balbo, fue parte activa de la poesía, filosofía y literatura romana con Higino, Silio Itálico, Floro, Sextilioena, Prudencio, Juvencio, M. Porcio Latrón, los dos Sénecas y Lucano, Cayo Rufo, Columela, Pomponio Mela, Deciano, Marcial, Paulo Osorio, Idacio y Merobandes, modificó el derecho romano con el jurista Materno, y en la retórica y en la oración estuvo presente con Liciniano y Quintiliano y por último, en la escena religiosa, Osio y San Gregorio influyeron notablemente.

La lista de los libros estampados en castellano en aquellos tiempos en Italia, Francia, Portugal, Holanda o Bélgica, alcanza un sorprendente volumen. Las obras españolas vivificaron la literatura europea, fueron fuentes de inspiración y de influencia.

La influencia española en Italia

Los contactos artísticos en Italia, ratifican con creces una gran influencia de lo español sobre el mundo itálico. Francisco Merregalli (1974) ha demostrado la abundante presencia de la literatura española en Italia.

Como atestigua García Cárcel, *La Celestina* fue traducida por primera vez al italiano en Roma en 1506 por Alfonso Ordóñez, tan sólo cuatro años después de la primera edición. En Roma, se representaron en 1513 obras de teatro de Juan del Enzina y Torres Naharro.

Lucrecia Borgia, amaba apasionadamente la poesía de los cancioneros que Pietro Bembo intentaba imitar. Isabel de Este Gonzaga, por ejemplo, era devota lectora del *Tiranly la Cárcel de Amor de Diego*. Torcuato Tasso se inspiró en el *Amadís* para su *Rinaldo* y su *Jerusalén*.

Durante el reinado de Carlos V, la élite intelectual española permaneció largos años en Italia aprendiendo admirativamente del humanismo italiano. Garcilaso de la Vega pasó una larga estancia en Nápoles donde fue amigo de Luigi Tensillo. Juan y Alfonso Valdés, Cristóbal de Castillejo, Diego Hurtado de Mendoza y tantos otros intelectuales españoles permanecieron también en Italia, participando activamente de esta osmosis cultural (Marichal, 1974).

En Nápoles se publican los *Diálogos de Mercurio y Carón* y el *Lactancio* de los Hermanos Valdés. Al encuentro de Boscán con Navagero en 1526, se le han atribuido connotaciones simbólicas de inauguración del nuevo italianismo en la cultura española.

García Cárcel da más testimonios de esta influencia al hablar de la difusión del libro español en Italia. Venecia, centro editorial más importante de Italia, fue el centro donde se tradujeron 93 libros de 1501 a 1550, 724 de 1551 a 1560, 277 de 1601 a 1650 y 94 de 1651 a 1700.

La novela caballeresca española tuvo un enorme éxito editorial. Por su parte, se tradujeron obras de la novela sentimental española, tales como *Cárcel de amor* y la *Historia de Griselda y Florisea* de Juan de Flores. Pedro Mexía (*Selva de varias lecciones y Vida del Emperador*), Fr. Antonio de Guevara (*La Vida de Marco Aurelio, Cartas, Menosprecio de corte o Montecalvario*), Fadrique Furió Cariol (*Del Consejo y Consejeros del Príncipe*), Alonso de la Torre, Juan de Jarava, Pedro de Covarrubias, Gerónimo Urrea, Agustín de Zarate, Pedro de Salazar, Luis de Ávila, Beuter, Fernández de Oviedo o Ginés de Sepúlveda, también fueron traducidos al italiano (Croce, 1917).

Durante el reinado de Felipe II, los italianos profundizaron en el conocimiento de la lengua española: *Iparagone della lingua Toscana i castigliana*, de Giovanni Mario Alessandri. Mayor resonancia tuvo *Observazioni della lingua castigliana* de Giovanni Miranda, publicada en Venecia en 1566 (Farinelli, 1929:9-51).

En 1570 el sevillano Cristóbal de las Casas publicaba en Sevilla el primer vocabulario bilingüe italiano-español que sería reimpreso hasta 11 veces en Venecia antes de 1622. Hubo algunos escritores italianos en español como Francesco Balbi da Correggio y los sardos Antonio Corasso, Gerolamo Araolla y Pietro Belitala.

La censura de la *Contrarreforma* supuso no pocos problemas para difundir de algunas de estas obras. El *Alfabeto cristiano* de Valdés fue prohibido en 1549, el *Diálogo de la Lengua* quedaría inédito en Italia hasta 1737, Huarte de S. Juan sería incluido en el índice romano y desde 1604 ya no sería publicada su obra, Antonio de Torquemada sería prohibido desde 1595. El *Lazarillo* sólo se publicaría en Milán en 1587 y no se traduciría hasta el siglo XVII.

En el siglo XVII, Lorenzo Franciosini publicaría un nuevo vocabulario italiano-español en Roma que sería reeditado con frecuencia de 1620 a 1666. Las obras de los jesuitas Rivadeneyra o Nieremberg fueron muy conocidas en Italia porque muchos de los jesuitas pasaron su vida allí (Pereyra, Vázquez, Valencia...) La *Guía Espiritual* de Molinos fue publicada en italiano en 1676 (un año después que en español) y 1685. También tuvieron éxito editorial en Italia Sta. Teresa y S. Juan de la Cruz (Farinelli 1929:47-53).

La influencia española en Francia

La influencia intelectual de España sobre Francia fue también notable. Margarita de Angulema distraía a su hermano Francisco I leyéndole el *Amadís de Gaula*. Enrique II aprendió español. Cervantes en su *Persiles*, afirma que: «en Francia, ni razón ni mujer deja de aprender la lengua castellana».

El renacimiento literario, se produce (1515-1534) al llegar al trono Francisco I, y coincide con los veinte primeros años de su reinado (interés por las nuevas ideas; protección de artistas y literatos; institución en la Sorbona, de los lectores reales, libres, pagados por su cuenta; fundación, después (1610), del *Collège de France*; simpatía por la *Reforma* o a través de Erasmo).

El segundo período del renacimiento literario francés se encuentra en los últimos tiempos del reinado de Francisco I (1534-1547), y en el de Enrique II (1547-1559). *Renacimiento* y *Reforma*, por entonces, se bifurcan, siguen diversos senderos (Marot, Rabelais -la gloriosa conjunción de lo medieval y lo renacentista-).

La difusión del español aumentó con Luis XIII, entre las élites nobiliarias. En español leían Mme. de Sevigné, Chapelain, Racine, Bayle o Voiture y múltiples intelectuales franceses. Aparte de los erasmistas, estudiaron en París intelectuales tan distintos como Vitoria, Soto, S. Ignacio de Loyola o Mariana. Las ediciones francesas de las obras de Vives fueron múltiples. Las que tuvieron más éxito fueron las traducciones francesas de la *Institución de la mujer cristiana* y *Diálogo para el ejercicio de la lengua latina* (ediciones en 1542 y 1547).

Las bibliotecas francesas revelan la presencia de las obras morales de Guevara - que influyó mucho en Montaigne -, las novelas de caballería y la *Celestina*. Esta obra se tradujo al francés en 1527 y se reeditaría en 1529 (Lyon y París) y 1542. *La Cárcel de Amor*, novela de Diego de S. Pedro, fue traducida al francés en 1526 y reeditada numerosas veces antes de 1616. Del mismo autor, Herberay des Essars tradujo en 1539 el *Tratado de amores de Arnalthey Lucenda* obra de la que se hicieron 17 ediciones de 1539 a 1583. También se tradujo al francés en 1532 una versión española de Juan de Flores de *La Fiammeta* de Bocaccio. Asimismo, tuvo gran éxito editorial en Francia la versión francesa en 1530 de la novela de Flores: *Grisel y Mirabella* (6 ediciones en la primera mitad del siglo XVI, 8 en la segunda mitad). Herberay des Essars tradujo al francés de Guevara su *Marco Aurelio* (ediciones en 1531, 1534, 1540, 1542, 1544...) y *Menosprecio de corte* (1539, 1542, 1544 y 1545).

La Fontaine calcó del *Reloj de Príncipes* de Guevara su *Paysan du Danube*. También gozaron de gran difusión las obras geográficas sobre América, especialmente Fernández de Oviedo. El Lazarillo se tradujo al francés en 1560 y se editó numerosas veces hasta 1678 (Farinelli, 1929:7-39).

Las relaciones culturales se intensificaron en la segunda mitad del siglo XVI y el siglo XVII. Nuevos traductores (Boileau, Colet, Aubert, Gohery, Chappuys) fueron dando a conocer al público francés nuevos libros. Asimismo, siguen difundiéndose otros

libros de caballerías como el *Palmerín* (traducción de Jean Maugín, publicado en Amberes en 1572), *Historia de Aurelio e Isabel* (Amberes, 1556) o el *Primaleón de García* (Lyon, 1609). Igual podemos decir de Guevara (especialmente *El Reloj de Príncipes* y el *Libro de oro de Marco Aurelio*), por lo menos hasta 1614. Pero observamos sobre todo en el siglo XVII el éxito editorial de nuevas figuras de la cultura española traducidas al francés, tales como Mateo Alemán con su *Guzmán de Alfarache* (traducción francesa de Chapelain en 1632), José de Acosta con su *Historia Natural y moral de las Indias* (París, 1598), Bartolomé de las Casas con su *Historia de las Indias* (París, 1697), Baltasar Gracián con su *Criticón* (París, 1696 y 1699) y su *Oráculo manual* (París, 1684 y 1685), Fr. Luis de Granada (París, 1646), Teresa de Jesús (1644), Juan de la Cruz (1652), Pedro de Medina y su *Regimiento de Navegación* (Lyon, 1569), P. Nieremberg (París, 1688), Pérez de Hita (París, 1683), Quevedo con sus obras (París, 1664; Bruselas, 1699) aparte de *Los Sueños* en edición específica (París, 1633 y 1634) o Palafox (París, 1649).

Tampoco faltaron diccionarios y gramáticas como el de cuatro lenguas de Gamier —Fernández— Donatí (francés, español, italiano, alemán) editado por Alzarier en Amsterdam en 1656 y el Huessel de tres lenguas (español, francés y flamenco) editado en Amberes en 1646, así como las obras de Oudin (*Refranes; Tesoro de las dos lenguas, Gramática española...*) o Ambrosio de Salazar (*Espejo de la Gramática*) (traducción francesa en 1636). Es patente la influencia de Gracián sobre Montaigne (que por su parte fue admirado por Quevedo y traducido por Diego de Cisneros en 1637), de Tirso con su *Burlador* sobre el *Don Juan* de Moliere, de Ruiz de Alarcón con su *Verdad sospechosa* sobre *Le menteur* de Corneille o sus *Mocedades* sobre *El Cid* de Corneille.

La influencia española en Inglaterra

También en Inglaterra tuvo gran difusión la cultura española, desde los tiempos de Catalina de Aragón, la primera mujer de Enrique VIII, y la estancia de Luis Vives en Inglaterra en 1523.

La reina Isabel sabía castellano. La publicación de libros españoles fue notable sobre todo en la segunda mitad del siglo XVI. Thomas Shelton publicó la edición inglesa del *Quijote* en 1612. El *Guzmán de Alfarache* tuvo seis ediciones inglesas en el

siglo XVII. *La Arcadia* de Sidney - que luchó contra los españoles en Flandes y alabó el *Amadís de Gaula* - está fuertemente influida por la *Diana* de Montemayor, obra que gustaba mucho en Inglaterra y de la que tenía un ejemplar el rey Jacobo I.

El dramaturgo inglés publicó en 1587 la obra *The Spanish Tragedy*, un auténtico anticipo de *Hamlet*. El personaje central de la obra de Ben Johnson, *Cada cual según su honor*, está extraído del *Quijote*. Middleton escribió *Gitane* inspirada claramente en Cervantes. Shirley estuvo muy influido por Lope y Tirso. Muy influidos por la comedia española vemos a autores como Hoof, Vondel, Rodembourg, Beaumont, Fletcher que se inspiró en Argensola, Massinguer en *The Renegado* imita *Los Baños de Argel* de Cervantes, Rowley o Haywood. La admiración por Cervantes en Inglaterra fue extraordinaria. En el siglo XVII, Farinelli registra siete dramas ingleses sobre el tema del *Curioso impertinente*. La *Historia Moral y Natural de Indias*, de Acosta, apareció en inglés en 1601. En el siglo XVIII, Murillo fue muy admirado en Inglaterra.

En los años finales del siglo XVI, se publicaron gramáticas españolas en Inglaterra. Drake dependía en buena parte, en sus periplos, de la información cartográfica hispánica. Los tratados de navegación de Pedro de Medina y Veitia Linage se tradujeron y publicaron en Inglaterra en 1581 y 1702, respectivamente.

De especial relevancia, es la figura de Francis Bacon (1561-1626). En *Essays or counsels*, de 1625, en el artículo «On the True Greatness of Kingdom and States», afirmaba que (Marías, 2006:126):

«Me he maravillado a veces de España, cómo abarcan y encierran tan vastos dominios con tan pocos españoles nativos, pero ciertamente, la extensión total de España es un grandísimo tronco de árbol, muy por encima de Roma y Esparta [...] Tiene justa causa para temer ser destruido por España [...] ¿Creéis que es poca cosa que la corona de España haya extendido sus límites desde hace sesenta años mucho más que los otomanos los suyos? No digo por alianzas o por uniones, sino por las armas, por ocupaciones y por invasiones»

La influencia española en Flandes y Alemania

García Cárcel (1992:132), analiza la influencia de Gracián en Francia (La Bruyère, La Rochefoucauld, Fenelon, Voltaire, Rousseau) desde donde ese prolongará al mundo germánico (Nietzsche y Schopenhauer).

La primera traducción alemana directa del *Oráculo* de Gracián es la de Federico Miller en 1787. La traducción alemana del *Criticón* se publicó en 1698. El alemán Gryphius, su traductor, conocía muy bien la literatura española. Las *Institutiones vitae aulicae* de Guevara fueron vulgarizadas por el alemán Aegidius Albertinus. Huarte de S. Juan influyó sobre Thomasius. Conocida es, por otra parte, la admiración de Goethe por Caldearón. La novela picaresca, como ha demostrado Farinelli, influye en la *Unfortunate traveller* de Hash, en el curioso drama holandés *Spaensche Brabander* de Adriaensen Brederoo y las novelas de Grimmelshausen, Lesage, Fielding o Smollett. De la Silva de Mexía tomó Marlowe el asunto para su *Tamburlain* (Farinelli, 1929:13-48).

Los contactos culturales entre España y los Países Bajos pese a los conflictos bélicos fueron notables. En 1520 se imprimió en Amberes un vocabulario francés, español y flamenco; a mediados del siglo XVI se editaron la *Gramática* y *Los Coloquios* de Gabriel Meurier para el aprendizaje del francés, italiano, español y flamenco y en 1669 se editaría el vocabulario del Colyn en español y flamenco.

Foster Watson ha estudiado la estancia de Luis Vives en los Países Bajos. También permanecieron en Flandes S. Ignacio de Loyola, Andrés de Laguna, Francisco de Figueroa y otros intelectuales españoles. La influencia del arte flamenco en España es indiscutible. La literatura española está salpicada de referencias a Flandes muchas veces favorables. Lope de Vega en *El Peregrino en su Patria* llamaba a los flamencos industrioses, Fr. González de Bustos subrayaba la hermosura y la llaneza de las mujeres flamencas.

El teatro español gozó de gran popularidad en los Países Bajos. Rodenburg introdujo el teatro de Lope de Vega en Holanda. Ri-judorp tradujo el drama de Calderón: *El mayor monstruo los celos*. *La Vida es Sueño* se tradujo en 1647. Scarron

imitó a Rojas en *Donde hay agravios no hay celos*. El *Quijote* sería traducido por Lamde Van de Bes en 1657.

Si Calderón celebró en su auto *La potestación de la fe*, la conversión de la reina sueca Cristina; desde la lejana Suecia se requirieron los servicios de un tal Jacobus de Puteo, magister linguarum Italiae Hispanicae. En Dinamarca, en épocas más recientes, Hei-berg sería intérprete de Lope y Calderón.

b) La historiografía y la dinastía Borbón

El siglo XVIII comienza con la *Guerra de Sucesión* que supuso entre otras cosas la ocasión que desde España se contrapusieran dos opciones europeas: la *francófila* y la *austrófila*.

Según nos relata García Cárcel, a favor de Felipe V y de Francia escribieron el marqués de la Torre de San Ginés, Juan de Caballido y Losada, José Antonio Ibáñez de la Rentería, Serafín Biscardo, Benito de Noriega, Meló y Girón, Jacinto de Aranoz, entre otros. A favor del archiduque Carlos V y, en la campaña que tuvo a Barcelona como su principal foco publicitario, escribieron Alejandro Herrera o Fr. Benito de la Soledad, aparte de infinidad de anónimos como *El juicio de la Europa en la gran causa de la libertad común o Máximas de enjurios políticos*.

Los argumentos contra franceses solían apelar a la propia experiencia histórica. Los *felipistas*, sostendrán la conveniencia de que España sea aliada de Francia y no su enemiga: «con un rey venido de Francia, algo de la buena suerte que tiene este país se nos transmitirá a nosotros». La *galofobia*, sin embargo, estaba presente en infinidad de folletos (Ibáñez, 1983:315):

«Son enemigos de España, como siempre se ha experimentado, siento tan terrible la antipatía de ambas naciones que [...] nunca se han podido concordar»

La historiografía comenzó a tomar partido en su visión de la *Guerra de Sucesión*. Agustín López de Mendoza, conde de Robles, escribió una *Historia de las*

guerras civiles de España, apoyó la causa de Felipe V. Lo contrario que Feliu de la Penya, en sus *Anales de Cataluña*, historia escrita en defensa de la causa austracista, y sobre todo, Francisco de Castellví y Obando de Montblanche, autor de unas *Narraciones históricas desde el año 1700 a 1725* y *Despertador de Catalunya* (1713), en favor del archiduque Carlos.

Pese a esta casi constante amistad oficial con Francia, lo cierto es que la galofobia popular fue un hecho. Es, a este respecto, significativo que en 1746 la Inquisición ordenara la recogida de unos *mandamientos de España* que destilaban una «hostilidad popular contra el francés bien patente» (Pérez Picazo, 1966:352).

La emigración a Austria, tras la *Guerra de Sucesión*, fue notable, como ha destacado Batllori (1987:25). La presencia española en Italia siempre fue abundante, ya en la curia pontificia, en las administraciones generales de las órdenes religiosas en los centros de enseñanza, en la Embajada o Embajadas.

La embajada de Azara fue el núcleo aglutinante de los contactos culturales hispano-italianos. Viajeros por Italia fueron Viera y Clavijo y Leandro Fernández de Moratín. Goldoni, Alfieri, Gozzo, Baretti admirarán la cultura española, y sin embargo, es en este período cuando se incuba lo que en el *Risorgimento* va a ser toda una constante: la imagen penosa de la dominación española en Italia. Manzoni, Galiani, Cuoco y sobre todo Giannone con su *Storia civile del regno de Napoli* (1723), sentarán las bases de esta imagen.

Las mayores defensas de la cultura española se van a producir a cargo de jesuitas expulsados después de 1766. Las obras del valenciano Juan Andrés - *Dell'origine, progressi e stato attuale d'egui lettatura* y la *Idea dell'Universo* de Hervás y Panduro son grandes repertorios enciclopédicos testimoniales de los logros de la cultura española. Andrés, glosa especialmente a Garcilaso, a Fr. Luis de León, Cetina y a Villegas.

Las críticas contra lo hispánico comienzan en el siglo XVIII centrándose en los tan gastados tópicos. Montesquieu en sus *Cartas Persas* (1721) es el mejor exponente de estas críticas. Su carta LXXVIII es bien significativa:

«Porque bueno es saber que cuando un hombre tiene cierto mérito en España; cuando, por ejemplo, añade a las cualidades de que acabo de hablar la de ser propietario de una gran espada o la que su padre le haya enseñado a desafinar en una guitarra, no trabaja: su honor va unido al reposo de sus miembros. El que se está sentado diez horas al día logra una mitad más de consideración que el que descansa cinco horas, porque la nobleza se adquiere en las sillas»

El propio Montesquieu, en su *Espíritu de las Leyes* (Lib. XIX, cap. X) definía a España como un país meridional «en el que las pasiones multiplican los delitos [...] que produce pueblos inconstantes en sus modos, en sus vicios y virtudes».

Los intelectuales europeos de la *Ilustración* tuvieron una imagen muy crítica de la realidad española, sobre todo, después del proceso de Olavide (1776-78). Mabillon, Mably o Voltaire, arremetieron especialmente contra la Inquisición, fustigando no sólo sus procedimientos como en los siglos anteriores sino sobre todo su condición de «tribunal fanático, eterno obstáculo a los progresos del ingenio, a la cultura de las artes, a la introducción de la felicidad». Voltaire escribía en su *Ensayo* acerca de las costumbres y el espíritu de las naciones: «Los papas crearon, por razones políticas, estos tribunales, y los inquisidores españoles les añadieron la barbarie» (Juderías, 1929:182).

El inglés Smollet en la misma línea, en su obra: *Estado de los diversos países de Europa, define así a los españoles*, afirma que «en ninguna parte hay más pompa, farsa y aparato en punto a religión y en ninguna parte hay menos cristianos» (Juderías, 1929:183).

Historiadores como Watson o Robertson escribieron sendas historias de Felipe II y Carlos V dando patente de legitimidad científica a las críticas ilustradas. Desde luego, no sólo emanaron críticas hacia España, por parte de los ilustrados. Grimm, De Vayrac, Orleano, Hermillg o Schotto y otros intelectuales citados por Feijoo y Masdeu escribieron en favor de España (Marías, 1963:23-31).

Herder glosará la epopeya española de la *Guerra de la Independencia* frente al francés. Se exaltarán obras como *la Numancia* de Cervantes y Fichte se inspirará en un drama para la primera redacción de sus *Discursos a la nación alemana*. Calderón,

especialmente, gozó de extraordinario éxito. La lectura del *Príncipe Constante* hizo derramar lágrimas a Goethe.

Tampoco faltan los testimonios franceses favorables a España. Admirador rendido de la cultura española fue Lesage, muy influido como es bien sabido por la novela picaresca española (recuérdese el *Diablo cojuelo*). Rousseau alabó de los españoles su sobriedad y la seriedad de su carácter.

Hubo esfuerzos por «vender» España en Francia como las *Délices de l'Espagne et du Portugal* de Álvarez de Colmenar, *L'Etat Présent de l'Espagne* de Vayrac y hasta se editó en 1774 la revista *L'Espagne*.

La reacción contra las críticas de los ilustrados europeos fue beligerante por parte de muchos intelectuales españoles. Feijoo, Zapata, Quer en *La flora española* (1762), Andrés Piquer a través de su defensa de la tradición científica española, Luzán y su *Poética* (1737) con la querella estética suscitada, fueron los primeros en plantear la batalla (Marías, 1963:31-47).

En 1782, Masson de Marveillers, en el primer volumen de la *Encyclopédie Méthodique, Geografía moderna*, planteó: «¿Qué ha hecho España?, después de dos siglos, de cuatro, de diez siglos, ¿qué ha hecho España por Europa?». La respuesta del francés fue contundente y negativa.

Ante las críticas de los ilustrados europeos, fueron muchos los escritores españoles que defendieron sus valores patrios, como José Cadalso, que con ironía y sarcasmo respondería a la dialéctica de descalificación para con la cultura y los valores españoles de la época. Sin embargo, Cadalso, desde la noción de lo que era mejor para España, supo a bien distinguir el «patriotismo del patriotismo mal aprendido, que en lugar de ser una virtud, viene a ser un defecto ridículo y muchas veces perjudicial para la misma patria» (García Cárcel, 1992:155) y se preguntaba:

«Si, como es más natural, escogéis todo lo extranjero y desheredáis lo patriota, comprad cuatro libros franceses que hablan de nosotros peor que de los negros de Angola, y arrojan rayos, truenos, centellas y granizo, y aun haced caer lluvias de sangre sobre todas las obras cuyos

autores hayan tenido la grande y nunca bastantemente llorada desgracia de ser paisanos de los Sénecas, Quintilianos, Marciales, etcétera» En sus *Cartas marruecas*, advierte: «El lujo que ha corrompido la Europa y otros motivos semejantes, repugnan a todos sus vecinos más sobrios, a saber: al español religioso, al italiano político, al inglés soberbio, al holandés avaro y al alemán áspero; pero la nación entera no debe padecer la nota por culpa y de algunos individuos»

El artículo de Masson suscitó la respuesta diplomática de Aranda, embajador en Francia (Marías, 1985:261-293):

«Nada se nos dará que nos pinten como somos, antes nos importa y nos aprovecha para la enmienda; pero al conato en buscar y exagerar lo ridículo y el aire de desprecio irrita a nuestra gente; y esto hará muy difícil disipar el resto de antipatía que nuestra nación tuvo a la francesa».

Para Forner, Cervantes no se diferenciaba de Descartes o Leibniz, sino por ser superior a ambos, siendo España quien mantuvo durante la Edad Media el verdadero uso de las ciencias (López, 1977:365-432).

Así, gran cantidad de réplicas y contraréplicas sobre el papel de España, se dieron paso en la literatura europea: artículos publicados en *El Censor*, *Apología por el África y su mérito literario* (1787) y *Cartas de un español residente en París* (1788) de Antonio Borrego, *Theatro Hesparyol* (1785) de García de la Huerta o *Reflexiones solare de lección crítica* (1786) y *Fe de erratas del Teatro Español*, de Tomé Celial.

A este debate, se sumaron los italianos Jerónimo Tiraboschi y Javier Bettinelli con *Storia Della Letteratura italiana* y *Del risorgimento d'Italia negli Studio nelle arti e nei costume depo il mille Bassano* (1775), a los que les siguieron Signorelli, Roberti o Vanneti (Sarriailh, 1974:339-374).

Hubo autores que, sin ánimo de crítica, analizaron las causas de la situación de España en el extranjero. Juan de Cabriada, se quejaba en 1687 de la «tradicional incomunicación de España, como si fuéramos indios, somos los últimos en recibir noticias de Europa». Feijoo analizaba la antipatía mutua entre españoles y franceses y describía como «causa principal los daños que se han hecho mutuamente ambas naciones por las guerras de los príncipes».

La España del siglo XVIII asimilaba las críticas de ambos lados del Atlántico (Europa y América) e iniciaba la búsqueda para encontrar su en Europa. Su actitud había dejado de ser una cuestión cultural para pasar a ser una cuestión también de identidad.

Mayans, en una actitud claramente práctica y en una apuesta por aprender de los extranjeros, se preguntaba: «¿De qué sirve gritar España sin atender al descubrimiento de los males públicos y mucho menos de su remedio?». Clavijo, denunciaba a la madre que no dejaba que su hija aprendiera francés, pensando que “hubiese un pacto implícito con el diablo e en cada letra una apostasía de la religión» (García Cárcel, 1992: Capítulo 1.4).

Otro problema que encontraba España, era la cantidad de inconvenientes que existía en los autores españoles para conocer lo que en el resto del continente se hablaba, pues la lista de libros prohibidos de la *Inquisición* era extensa, siendo implacable con lo foráneo. En este sentido, el tribunal de la *Inquisición* dio repetidas instrucciones a los comisarios que se encontraban en los puertos de mayor actividad comercial con España, para que procedieran a inspeccionar con minuciosidad los libros que llegaban, siguiendo cuidadosamente sus índices a efectos de confiscar aquellos que ahí aparecían registrados (Vargas, 2008).

El *Index Librorum Prohibitorum* suministró el más completo catálogo de libros heréticos, de versiones no autorizadas de la Biblia, de libros de ciencia heterodoxos y de obras de adivinaciones, sortilegios y magia.

El *Manual Qualificatorum Sanctae Inquisitionis* enumeraba los libros sujetos a expurgación o bien que debían ser quemados. Ambas obras rigieron la censura libresco inquisitorial novohispana hasta principios del siglo XIX y dieron origen desde fines del siglo XVI a multitud de edictos, emitidos por dicho tribunal con el fin de evitar la difusión de los libros heterodoxos que, pese a todo, continuaban en circulación.

La defensa contra el pensamiento extranjero fue intensa, especialmente contra el francés, incluso ministros ilustrados españoles como Macanaz, hacían responsables a los franceses de los males de España: «en estos cuarenta y siete años la han dilacerado y

no han olvidado cosa alguna para acabar con ella y aún con el nombre español si hubiesen podido» (García Cárcel, 1992:177).

Y es así como va surgiendo en España un movimiento reaccionario durante la segunda mitad del siglo XVIII: Ceballos, Juan Francisco de Castro, Fdz. Valcárcel, Diego de Cádiz, Alcántara Castro, el portugués Almeida, Fr. Rafael Vélez o Nypho, quien contraponía «la España antigua castiza a la España moderna contaminada de lo francés». Don Ramón de la Cruz fustigó a quienes imitaban lo franco.

La revolución francesa desencadenó en España lo que Herr, llamó «el pánico de Floridablanca» que en 1791 recrudecían aún más, las medidas de aislamiento de España.

Ángel Sabio, sostiene que Cataluña desarrollaba una campaña publicitaria contrarrevolucionaria paralela a la guerra de 1793-1795 entre España y Francia en la que, junto con la exaltación de Carlos IV como rey absoluto, estimulaba la guerra con Francia apelando a la identificación española con la monarquía católica (Sabio, 1988).

Las críticas de los ilustrados a la *Inquisición*, mezclaban comentarios regalistas que la oponían al Estado con los aspectos ideológicos del siglo XIX. La *Guerra de la Independencia* generó una explosión nacionalista contra la ideología liberal, pero también trajo el fin de la *Inquisición*, que llegaría en 1834, abriéndose en 1840 sus archivos a investigadores para silenciar todos los rumores que su historia había generado (García Cárcel, 1992:193).

La gran historia general de España de estos años es la de Modesto Lafuente, publicada entre 1850 y 1859, que continuarían Juan Valera, Andrés Borrego y Antonio Pirela. La obra de Lafuente, servirá de punto de partida de un aluvión de Historias de España entre las que destacan las de Patxot y Ferrer (1857-1859), Cavanilles (1860), Aldama (1860-1866) y Gebhardt (1861). Lafuente, opinaba de Felipe II que era un rey (Fanelli, 1936:670).

«Sombrío y pensativo [...] creemos que hubiera sido el mejor inquisidor, y mejor jesuita, el más diestro embajador y e más astuto ministro. Era Rey y lo reunía todo».

La mayor parte de estos escritores, plantearon la Reconquista como la reconstrucción de algo persistente y echaron mano de tópicos como: individualismo, sentimiento patrio o heroísmo; existiendo una coincidencia general en identificar los orígenes de la nacionalidad española en el iberismo de la época romana y en el periodo visigodo; una nacionalidad basada en una religión, una ley y un trono.

Según García Cárcel (1992:200), la historiografía romántica se centró en la *Edad Media*, mucho más que en la *Edad Moderna*, considerando la época de los *Austrias* como un periodo de decadencia (Quintana, Mtz. De la Rosa, Mtz. Marina, Ferrer del Río, Alcalá Galiano o Vicente de la Fuente), encarnando una monarquía absoluta destructora de libertades y derechos; convirtiendo a los *Reyes Católicos* en símbolo de españolidad, «unificando esta nación en héroes y formar de varios gloriosos reinados, uno solo y gloriosísimo»:

- Martínez de la Rosa, fue extremadamente duro con Carlos V, por desvirtuar la monarquía española con la aventura imperial. Para él, los Austrias era la antítesis de los Borbón: «con su advenimiento, España se une más estrechamente a Europa y que se abren los obstruidos canales a la civilización y la cultura del siglo»
- Quintana rehusaba hablar de Siglo de Oro
- Castelar, opinaba: «No hay nada más espantoso, más abominable que aquel Imperio Español que era un sudario que se extendió sobre el planeta. No tenemos agricultura porque expulsamos a los moriscos. No tenemos industria porque arrojamos a los judíos. Encendimos la Inquisición, arrojamos a ella a nuestros pensadores y los quemamos y después ya no hubo de las ciencias en España más que un montón de cenizas»
- Morayta, en referencia a Felipe II, afirmó: «Nadie rezó ni oyó misa, ni comulgó, ni ayunó más veces devotamente que Felipe II [...] Fue un mal hombre y un mal rey»

La historiografía liberal será contrapesada por las nuevas corrientes positivas que se desarrollan en España, en las últimas décadas del siglo XIX (Cacho, 1962:127). Así, el propio Cadalso pasó de reconocer que España «mereció los desastres que tuvo desde comienzos del siglo XVII porque para que una nación sea grande y poderosa, es preciso que se la gobierne de modo que no aspire a más de lo que pueda» a afirmar que, hablando de los Austrias, «no fue aquél un accidente, sino el apogeo mismo de nuestra historia», atribuyendo la decadencia española a la falta de unidad «civil y política» (Yllán, 1983).

Menéndez Pelayo, tomando el testigo de la polémica que Gumersindo Azárate había creado en respuesta a los comentarios de Masson de Marveillers en 1782 en la *Revista de España*, a los que se sumaron Perojo, Salmerón, Castelar, Echegaray, Núñez de Arce u Ortega Rubio, sumó en 1894 que «la ciencia española está muy lejos de mostrar la importancia y el carácter de unidad y grandeza que tiene la historia de nuestro arte, de nuestra literatura, teología o filosofía» (López Piñedo, 1973).

Núñez de Arce, en su discurso de ingreso en la *Real Academia* (Swyngedouw, 2008), espetó que

«Los tribunales de la fe sembraron por todas partes la desolación y la muerte, atropellaban los afectos más caros [...] por la sórdida codicia o por terrores o escrúpulos supersticiosos». Juan Valera, en un llamamiento al regeneracionismo, sumó que aquella Inquisición, fue una “enfermedad que estaba honda, una epidemia que infeccionó a la mayoría de la nación o a la parte más briosa y fuerte”. Opinión a la que se sumaron regeneracionistas como Pérez Galdós, Emilia Pardo Bazán o Clarín, los intelectuales de la *Institución Libre de Enseñanza*, como Giner de los Ríos, Cossío, Costa, Salmerón o Azárate o historiadores como Altamira, Soler, Eduardo Ibarra, Eduardo de Hinojosa, Julián Ribera y Antonio Ballesteros»

c) España, la impronta exótica europea

A mediados del siglo XIX, la *hispanofilia romántica* por la lengua y la literatura españolas comenzó a ser desplazada por nuevas prácticas intelectuales que reivindicaban el rigor de la fuente y una metodología más seria. Este interés por la lengua española, por el *Romancero* y, muy pronto, por los clásicos del *Siglo de Oro* tuvo una rápida concreción institucional con la paulatina incorporación de la lengua y la literatura españolas a los planes de estudio de numerosos centros universitarios extranjeros.

En el origen y desarrollo del *hispanismo* fueron decisivos hechos fundamentales como la temprana creación en Estados Unidos de una cátedra de español (Harvard, 1819), de la *Hispanic Society* (1904) o de la *American Association of Teachers of Spanish* (1916). La primera cátedra británica de estudios hispánicos se estableció en Liverpool en 1908, mientras que no hubo un catedrático de filología inglesa en España

hasta 1958. En Francia fue esencial la fundación del *Bulletin Hispanique* por Morel-Fatio, Merimée, entre otros (1888). En Alemania el *Congreso de Hispanistas* de Dresde (1922) recogió la herencia de los Tieck o Schlegel. Una serie de hitos que convergieron en la creación en 1962 de la *Sociedad de Hispanistas Franceses* presidida por el excepcional maestro de hispanistas Marcel Bataillon, y de la *Asociación Internacional de Hispanistas* fundada por reconocidos e influyentes hispanistas como Edward Wilson, Alexander Parker o el citado Bataillon, y presidida por Dámaso Alonso (Peña, 2005).

De especial interés fue el *iberismo*, movimiento político y cultural que propugnaba el acercamiento y la mejora de relaciones a todos los niveles entre Portugal y España y, en último término, la unidad política de los mismos. Estos ideales fueron promovidos principalmente por movimientos republicanos y socialistas de ambos países, especialmente durante el siglo XIX, cuando tuvieron mayor predicamento los ideales nacionalistas de carácter integrador, como el *Risorgimento Italiano* o la *Unificación Alemana*. En 1854, se publicó en Oporto el libro *Federacão Iberica*, que contenía el interesante «Proyecto de bases para la constitución federal de los Estados Unidos de Iberia», una *República Federal* formada por varios Estados con capital en Lisboa (U.V., 1997:77).

Hasta mediados del siglo XX, los departamentos hispánicos de universidades extranjeras continuaron inmersos en la línea tradicional del positivismo histórico, una opción similar a la desarrollada en los departamentos de *Filología Española* de nuestras universidades. Este modelo de estudio, derivado del aplicado a los estudios clásicos, posibilitó innumerables ediciones de textos – sobre todo del *Siglo de Oro* – comentados con mayor o menor acierto, y permitió que una nómina importante de estudiosos construyeran el canon hispano de grandes obras y de magnos escritores, una selección que al mismo tiempo que encerraba valores universales, era la síntesis del carácter o genio nacional, fuera mediante Cervantes, Alemán, Calderón o Gracián. Una opción ideológica que encabezaron hispanistas como Parker o Wilson, reconocidos cristianos ultraconservadores cercanos al *establishment* franquista.

A esa labor contribuyeron de forma muy destacada algunos escritores extranjeros que viajaron o vivieron en el país y dirigieron sus miradas hacia su arte. Es el caso muy conocido del británico Richard Ford, o de los franceses Merimée, Gauthier

o Viardot, que publicaron obras sobre España en general y su arte y cultura en las décadas centrales de siglo. Todos ellos eran «hispanistas» en un sentido amplio, y su dedicación a la historia del arte español no fue sino una más de las muchas manifestaciones de su interés por el país, su historia y sus gentes. A partir de esa generación se hicieron cada vez más frecuentes los extranjeros interesados más específicamente a la historia artística, en una especie de «hispanismo especializado». El prestigio de la literatura del *Siglo de Oro* fue también esencial para que el hispanismo francés de mediados del siglo XX (Bataillon, Aubrun, Salomon, Chevalier...) dedicase buena parte de sus trabajos a los autores de esa época, además de realizar un esfuerzo extraordinario por abrirse a la historia y reubicar la literatura en contextos sociales más extensos y complejos (Portus, 2005).

Las relaciones y las coincidencias personales han sido decisivas, qué decir de las amistades y de la correspondencia de Menéndez Pelayo. O del *hispanismo italiano* que quizás nazca con Berchet y su edición de las Poesías selectas castellanas (1837), pero sin duda en su génesis el momento más importante fue cuando un día de 1902 en Florencia, Arturo Farinelli acompañó a Benedetto Croce a visitar al unamuniano Giovanni Papini, un emblemático encuentro que supuso una apertura de nuevos horizontes en los estudios hispánicos en Italia.

Es posible que el origen de la precoz *hispanofilia norteamericana* se sitúe en el interés protoimperial por la lengua de sus vecinos del sur, y que su éxito académico comience con la labor de una extensa lista de estudiosos y patrones del siglo XIX (Irving, Prescott, Huntington...), pero es innegable que la diáspora intelectual consecuencia de los desgraciados avatares de nuestra *Guerra Civil* tuvo importantes beneficios para el desarrollo del hispanismo. En fin, una fascinante historia cultural de seducciones e invenciones, de encuentros humanos y propuestas intelectuales (Peña, 2005).

La principal contribución de lo que se viene llamando *Hispanismo* al conocimiento y estudio del arte español ha sido dar a conocer en Europa esa parcela de la historia artística y reivindicar su calidad y su validez. Hasta finales del siglo XVIII únicamente se reconocían en el continente unos pocos artistas y monumentos españoles, lo que se debía no sólo al desconocimiento general del país por parte de los extranjeros,

sino también a que gran parte de sus obras de arte no se ajustaban al horizonte normativo clasicista que imperaba en el juicio y el gusto artísticos.

Durante el siglo XIX, la inclusión de la *Península Ibérica* dentro de los circuitos culturales, y la salida masiva de pinturas al extranjero, despertó el interés de las clases cultas europeas por el arte español, a lo que contribuyó mucho lo muy bien que se adaptaban las obras de muchos de nuestros maestros antiguos a los intereses estéticos de una parte cualitativamente muy importante de ese público. El antes denostado naturalismo de los pintores españoles, se convirtió en una cualidad a partir del *Romanticismo* y sirvió para otorgarles un lugar importante y diferenciado dentro de la historia del arte europeo. Esa época fue también muy receptiva hacia el rico arte hispano-musulmán (Portús, 2005).

La palabra hispanista, la aplica por primera vez Morel-Fatio, en 1879, aunque el término no se impondrá como tal hasta los años de la *Guerra Civil* española. El hispanismo francés, se remonta a César Ondín, Corneille o Scarron, en el siglo XVII, Lesage y Beaumarchais, en el siglo XIX, influenciados, en su mayoría, por el hispanismo alemán (Tieck y sus estudios sobre Cervantes, Lope o Calderón; Schlegel y su drama español o Bouterweck y su monografía sobre la literatura española) (García Cárcel, 1992:Capítulo 3.4).

Antonio Niño, ha distinguido entre 1830 y 1875 dos generaciones diferentes de hispanistas franceses. La primera, de los años 30-50, contó con Viardot, Damas-Hinrad, Puibusque, Mignet, Merinée, Romey, St. Hilaire y Hamel, basándose en un enfoque liberal y sociológico de la literatura española. La segunda generación, se caracteriza por un enfoque más conservador y un criterio más divulgativo de las obras, destacando a Antoine de Latour, Puymagre, Baret, Chasles, Reynold, Toutoulon, Ciercourt, Courey o Morel-Fatio (Niño, 1988:235).

Antes de la *Primera Guerra Mundial*, en Francia, se crearon la primera cátedra de lengua y literatura española (Toulouse, 1886), la *Agregation d'Espagnol* (Bordeos, 1898 y Montpellier, 1900), la *Revue Hispanique* (1894) o el *Bulletin Hispanique* (1899). Hacia la Gran Guerra, la historiografía francesa se distinguía por:

- Testimonios de colaboración entre España y Francia (Legendre e Imbart de la Tour)

- Motivos de que Francia tenía motivos para estar más agraviada que España (Laborde y Mathorez)
- Evidencia de que España no salió de la decadencia hasta que Felipe V no fue rey (Baudrillant)
- Olvidar la *Guerra de Independencia* española (Guillon, Clerc o Laborde)
- Legitimar el papel de Francia en Marruecos

Este posicionamiento, fue criticado por Benavente, Rodríguez Martín o Coratelo, que veían en estas afirmaciones, la soberbia francesa, dirigiendo sus reproches a la ignorancia que tenían los franceses de la literatura o de los avances patrios. Como afirma el propio Antonio Niño, las relaciones se entablaron de forma desigual desde un principio, siempre se obvió la colaboración de España. El francés Comtamone de la Tour, en 1889, hablaba también en este sentido cuando afirmaba que:

«Mucho se ha escrito y se escribe aún en Francia con respecto a España, pero poco se halla conforme a la realidad [...] el pueblo francés, en gran parte, ha llegado a formarse una idea tan errónea de sus vecinos del Sur que unos están persuadidos de que el África empieza en los Pirineos, y otros no ven en España más que un intenso ventorrillo, en donde el son de las guitarras alterna con el estruendo de los trabucazos, el de las castañuelas con el manejo de la navaja y el bolero, y las seguidillas con las puñaladas»

A finales del siglo XIX y durante la primera mitad del siglo XX, proliferaron en España los viajeros románticos, preocupados, sobre todo, por lo exótico y pintoresco de nuestro país. Stendhal, subraya que la preocupación del viajero romántico lo original: «quiero al español porque es un *tipo*, no copia de nadie».

Entre ellos, Lord Byron para hablar después en *Lovely girl of Cadix*, Victor Hugo en su *Ruy Blas*, falseando la imagen de España del siglo XVII; Quinet y sus *Vacances en Espagne*; Scribe y su *Piquillo Aliaga*; Musset y *Les Cartes d'Espagne et d'Italie*; Dumas y su *Don Juan*, Irving y sus *Cuentos de la Alhambra*, Merimée o Bizet y sus respectivas *Carmen* (Ucelay, 1990:23-47). Gautier escribió que «la galantería, el pitillo y la fabricación de reglas bastan para llenar agradablemente la existencia de los españoles».

Según Francisco Ayala, a esta españolada le siguió su versión propia en España. Naturalmente, se promocionaba especialmente Andalucía como sinónimo de lo español,

moda que durará desde la corte sevillana de Montpensier²⁵ a la *Exposición Iberoamericana de Sevilla* de 1929²⁶ y el *Flamenquismo* de Primo de Rivera²⁷.

Ante esta concepción andalucista de España, saltaron críticas de la mano de Osorio y Bernard o de Mesoneros Romanos, quienes fustigaban la falta de rigor de los viajeros románticos añorando a los ilustrados. Poco a poco, estos románticos, acabarán dando paso a viajeros más científicos, que viajan a nuestro país por motivos profesionales: Toste, Gruner, Hare, Webster, Harris, Temple, Rose, Manning, Harrison, Grape, Laufer o Gana.

Si en el siglo XVIII, sólo Duchesne, Bellegarde, Dorleans o Vaquette d'Hermilli hablan escrito sus historias de España, en el siglo XIX proliferarán, sobre todo de historiadores franceses, portugueses, británicos o alemanes: Dunham, Watts, Coxe, Hume, Lenoke, Havenan, Haebler, Oliveria Martins, Cantu, Naumstark, Boglietti, Dumesnil, Wyzeka, Prescott, Philpsom, Mouy, Maurenhecher, Mignet, Mariejol, Lang, Forneron, Ranke, Gachad, Budinger, Bibl, Rachfahl, Hubert, Juste, Kervin o Dozy, por citar los más relevantes (Sanz, 1917:53-97).

En esta historiografía, se ve un cariz crítico con Felipe II y con la *Inquisición*, surgen temas como la dominación árabe en España y se critica el aislamiento de Felipe II, la censura de la *Inquisición* o el papel de Fernando VII. Así, Buckle y Draper, en su *Historia de la civilización de Inglaterra*, afirman que «la invasión árabe empobreció a los cristianos, la pobreza engendró la ignorancia; la ignorancia la credulidad y ésta, haciendo que los hombres perdieran el deseo y la facultad de comprender, engendró el espíritu de veneración y ratificó la práctica de la sumisión y la ciega obediencia a la

²⁵ Antonio María de Orleans, *Duque de Montpensier*, (Neuilly, 31 de julio de 1824 - Sanlúcar de Barrameda; 4 de febrero de 1890); príncipe francés, miembro de la familia real francesa, y española por matrimonio. Era el hijo menor de Luis Felipe de Orleans rey de Francia y de María Amalia de Borbón-Dos Sicilias, princesa de las Dos Sicilias.

²⁶ Desde que en 1909, Luis Rodríguez Caso hiciera pública su idea de celebrar en Sevilla una *Exposición Internacional Hispano-Ultramarina*, una *Exposición Internacional España* en Sevilla o una *Exposición Internacional Hispano-Americana*, hasta la fecha de su materialización transcurrieron veinte años, tiempo más que suficiente para perfilar sus contenidos temáticos (agricultura, industria, comercio y cultura), constituir los órganos directivos que gestionaron la exposición y determinar qué países o regiones participarían en el evento. La *Exposición Iberoamericana de Sevilla* (año 1929), inaugurada el 9 de mayo de 1929 y clausurada el 21 de junio de 1930, fue uno de los hechos más importantes de principios del siglo XX para la ciudad de Sevilla.

²⁷ Miguel Primo de Rivera y Orbaneja (Jerez de la Frontera, 8 de enero de 1870 – París, 16 de marzo de 1930) fue un militar, político y dictador español. Fue segundo *Marqués de Estella*, séptimo de *Sobremonte y Grande de España*.

Iglesia». Parkuran, en su libro *Pioneros de Francia en el Nuevo Mundo*, afirmaba que «España fue ciudadela del oscurantismo, una celda monástica, una mazmorra inquisitorial, donde ningún rayo de luz podía penetrar» (García Cárcel, 1992:226-227).

También se dejaron notar, temáticas antropológicas y psicológicas que analizaban el carácter del español. Austin de Croze, Lainé, Fouillé o Reclus fueron algunos de los autores más preocupados por esta temática. Reclus, subraya contradicciones de lo español, afirmando: «Son apáticos en la vida diaria pero de resolución tranquila, valor persistente y tenacidad infatigable [...] Viven contentos con su suerte, pero son fatalistas». Este psicologismo, fue asumido por la Generación del '98 e impregnó la esencia de los primeros nacionalistas catalanes (García Cárcel, 1992: Capítulo 3.6).

Con el *Regeneracionismo*, surge «la idea de nación – de nacionalismo español-», alejado del concepto romántico y popular de Espronceda, sino más sociológico y traído de la mano de Costa, Ganivet, Unamuno, afirma Mainer (1989). La *Generación del '98* planteó «el problema de España» a caballo del desmoronamiento final del *Imperio Colonial Español*. García Cárcel (1992: Capítulo 3.6), nos muestra algunos ejemplos del pensar y devenir de los coetáneos del momento:

- Joaquín Rodríguez, en sus *Ensayos*, afirma que: «España está por descubrir y sólo la descubrirán los españoles europeizados»
- Ortega, en su *Vida de Don Quijote y Sancho*, rechaza «la simple imitación de Europa» y propugna «la interpretación española del mundo»
- Azorín, en su ensayo *La España Seca*, afirma que «cada nación tuviese su cariz peculiar e inconfundible, lo propio bueno privativo había que intensificarlo [...] España tenía su fisionomía legendaria secular y no podía perderla»
- Antonio Machado y su contraposición de las dos Españas
- Macías Picavea, en *El Problema Nacional*, defendía el papel de Felipe II

Durante la historiografía del siglo XX, afirma García Cárcel, se va proyectando una literatura europea más científica, en la que el papel de Felipe II sigue suscitando gran interés. Bratli, Halkin, Konetzke, Rvle Te Paske, Clausel, Ferrera, Schneider, Pfandl, Walsh, o los apasionados Fdz. Montaña y Fdz. Retana, propugnan revisar los

viejos tópicos hostiles de Felipe II. A este revisionismo, acabarán llegando Merriman o Cadoux.

La *Guerra Civil* española, radicalizará la bipartición ideológica del pensamiento europeo con respecto a España. El pensamiento conservador, configurará una historiografía muy beligerante en defensa de personajes históricos como Felipe I, la *Inquisición* (Walsh), la política del *Imperio* (Trevor Davis, Halkin o Rassaw), el papel de España en América (Lummis o Hanke) o el carácter español (Maurois).

En plena postguerra, a medio camino entre la autarquía y el aperturismo, surgen dos autores de interés para este estudio. Para Américo Castro, la identidad española estaba condicionada por una triple morada vital de cristianos, moros y judíos. La africanización atávica de los españoles que defiende Castro es fustigada por Sánchez Albornoz, que concede toda bligerancia en la configuración de la identidad española a los godos, una europeización que queda en suspenso en la Reconquista, interrupción que condenará a España a la anormalidad histórica. Para estos dos autores, España no sería Europa por razones biológico-religiosas y político-militares. Polémica que también han tratado Spitzer, Ziegler, Green o Stem.

En pleno desarrollismo, surge un giro radical, paralelo a la transformación general que estaba viviendo España, con la subsiguiente liberalización intelectual, donde se busca un reencuentro con Europa, exaltando ante todo el utilitarismo de los ilustrados en gran parte como trasunto histórico de la tecnocracia dominante. Comienza un resurgir de la colaboración internacional en historiografía y la presencia de intelectuales españoles en congresos y encuentros.

Con los orígenes de la CEE y la incorporación de España al mercado común han incentivado planteamientos que buscan conocer y profundizar en el papel de los *Austria* y el *Imperio*. La imagen tenebrosa de Felipe II o el desastre de la *Armada Invencible*, comienzan a ser analizados desde ópticas más constructivistas.

Según García Cárcel, «no existe una conjura internacional irracionalmente dirigida hacia España, sino una admiración a la cultura española durante los siglos XVI y XVII». Incide en la visión distorsionada y exagerada que se dio desde España y en los

efectos perniciosos que esta tuvo. La *Leyenda Negra* española es el fruto de la política imperialista, religiosa y de propaganda que vivió el Imperio (García Cárcel, 1992:250).

d) Los curiosos impertinentes

Tom Burns Marañón (2000:41) dedicó su obra: *Hispanomanía* a algunos de los más importantes *Curiosos Impertinentes*: Gerald Brenan (*España, la patria chica*), Ernest Hemingway (*España, el último gran país*), Wellington, Ford, Blanco White, Borrow o George Orwell.

Algunos autores han utilizado «los curiosos impertinentes», para denominar a los viajeros que pasaron por España durante el siglo XIX y dejaron sus impresiones sobre España en sus obras y escritos. *El curioso impertinente*, es una novela corta, del mismo estilo que las *Novelas ejemplares*, intercalada por Miguel de Cervantes en la primera parte del *Quijote* y leída por el cura Pero Pérez en la venta de Palomeque, obra que sería ampliada en 1606 por Guillén de Castro (Faliu-Lacourt, 1985:169-181).

Los *anglófilos*, los que padecen anglomanía, tienen muy claro que lo que valoran es ese temple británico que deja todo regulado en su justa medida; admiran esa sociedad que jamás levanta la voz. Los *hispanófilos*, y en el caso que me ocupa los anglosajones que se entusiasman por lo español, son los que padecen lo que yo he dado en llamar *hispanomanía*. Éstos están igualmente seguros de que la esencia de España es justamente lo contrario de la que representa esa Inglaterra tan admirada por los anglófilos: España es el gran espacio abierto, ruidoso, ahí donde se concentran los nativos, donde todo es posible. La gran atracción para los anglosajones de las cosas de España va en el sentido inverso de la fascinación que el Reino Unido ejercía y ejerce para los no-británicos (Anuario 2002 del *Instituto Cervantes*).

Los *hispanófilos* anglosajones surgen a finales del siglo XIX fascinados por el exotismo español. Andalucía, su vino bueno y barato o la belleza morena de unas mujeres bien distinta de las mujeres inglesas fue el imán que atrajo a Gerald Brenan, George Orwell o Raymon Carr al sur de España, iniciando el reduccionismo de lo español a lo andaluz.

Los primeros arrancan con el ímpetu de los románticos ingleses del siglo XIX por viajar a los países del sur de Europa y conocer sus sociedades. España, sobre todo Andalucía, era para muchos británicos un lugar sucio y atrasado con una gran ventaja: la existencia de un puerto seguro y bien abastecido perteneciente a *Su Majestad*, Gibraltar.

Ya en el siglo XX la vida española, incluidas las corridas de toros y la *Guerra Civil*, siguió fascinando a un buen puñado de habitantes del Reino Unido. Ayudados por la distancia que supone ser miembro de otra cultura, los hispanistas anglosajones han sabido desprenderse de complejos y puntos ciegos, de ahí que su contribución al análisis histórico y social haya sido, con tanta frecuencia, brillante e iluminador (Sarabia, 2001).

Duque de Wellintong

Arthur Colley Wellesley, *Duque de Wellington*, pasó a la historia como uno de los grandes estrategas de todos los tiempos, por sus enfrentamientos militares con otro de los grandes: Napoleón Bonaparte.

El inglés se midió victoriosamente en la *Península Ibérica* con los principales mariscales de Bonaparte -Junot, Masséna, Soult, Marmont, Jourdan- y, finalmente, con el propio Napoleón, al que derrotaría en la *Batalla de Waterloo*.

El 27 de julio de 1809 derrotó a José Bonaparte en la *Batalla de Talavera*. Por este éxito fue ascendido al status nobiliario con el título de *Vizconde de Wellington*, de *Talavera* y de *Wellington* en el *Condado de Somerset*. Cuando los franceses invadieron de nuevo Portugal en 1810, les detuvo en Buçaco, bloqueándoles posteriormente e impidiéndoles tomar la península de Lisboa gracias a sus magníficamente construidas líneas terrestres de defensa en Torres Vedras, junto con la protección marítima de la *Armada Real Inglesa* (la incruenta *Batalla de Lisboa*). Las apabulladas y hambrientas fuerzas francesas de invasión se retiraron tras seis meses, tras lo cual Wellesley expulsó definitivamente a Francia de Portugal en 1811, luchando en las batallas de *Fuentes de Oñoro* y *La Albuera*. En mayo de 1811 fue ascendido a general por sus servicios en Portugal.

En España, derrotó a los franceses en la batalla de los Arapiles, llegando a Madrid en 1812. Sobre esta época se le hizo *Conde de Wellington*. El contraataque francés colocó a las fuerzas inglesas en una situación precaria, pero Lord Wellington tomó el mando de todas las fuerzas aliadas en España, al tiempo que era nombrado *Marqués de Wellington* el 3 de octubre. Sacando ventaja de la retirada de gran parte del ejército francés para participar en la desastrosa campaña rusa de Napoleón, Wellington tomó la ofensiva en 1813, culminando ésta en la *Batalla de Vitoria*, que expulsó al enemigo de vuelta a Francia, acción por la que fue ascendido a *Mariscal de Campo*.

Sus éxitos en España le merecieron el título de *Duque de Ciudad Rodrigo* con grandeza de España, generalísimo de los ejércitos españoles y la concesión de las órdenes de *San Fernando* y *del Toisón de Oro*, títulos y honores que despertaron aquí celos, envidias e insidias, como la de achacar sus éxitos a la suerte o criticar su paciencia defensiva.

George Borrow y Richard Ford

George Borrow y Richard Ford fueron dos ingleses cuyos caminos jamás se hubieran cruzado de no ser por el entusiasmo que compartieron por España.

Borrow, viajó por España entre 1836 y 1840 repartiendo biblias protestantes como agente de la *British and Foreign Bible Society*. Esta sociedad fue un pilar de la Inglaterra victoriana y se encargaba de hacer llegar sus sagradas escrituras a lugares exóticos poblados de infieles como la budista China, y, por supuesto, la católica España.

Ford, recorrió España entre 1833 y 1836, en parte, porque la salud de su mujer requería un clima mediterráneo (la alojó en un palacete sevillano que alquiló), y, mayormente, porque quería visitar los lugares donde había combatido su héroe, el Duque de Wellington, durante las campañas de la *Guerra de Independencia*, conocida como *The Peninsular War* por los ingleses. Ford, publicó sus vivencias en *Handbook for Travellers in Spain and Readers at Home* dos años más tarde.

Borrow, aconsejado y alentado por el erudito Ford, publicó sus vivencias hispanas en *The Bible in Spain* en 1843:

«Sé fiel a ti mismo, a lo que has visto y a la gente con quien te has entremezclado [...] danos aventuras [...] brujería, judíos, gentiles, callejeos y el interior de las cárceles españolas - cómo entraste y cómo saliste [...] son una extraña mezcla de gitanos, judaísmo y aventuras misioneras [...] puedes estar seguro de que el libro venderá. Borrow te va a poner huevos de oro».

Ford se paseó por España montado en una jaca cordobesa y disfrazado de campesino serrano con zamarra, faja, manta y sombrero calañés - el sombrero de ala vuelta hacia arriba que lucía José María Hinojosa Corbacho, *el Tempranillo*, el *Bandolero entre los Bandoleros* y el *Rey de la Sierra Morena*. El pueblo español, espontáneo y vital, recibió toda suerte de alabanzas por parte de Ford. La clase política, por el contrario, de cuantos dardos pudo enviar: «La causa real y permanente de la decadencia en España, de la falta de cultivo y de la tristeza y la miseria es el mal gobierno civil y religioso que puede observarse en todas partes, en el campo y en las silenciosas ciudades».

Ford estaba en España por la aventura que representaba este «desconocido y ancestral» país y porque España le permitía la posibilidad de dar rienda suelta, y en el anonimato, a la bohemia que llevaba oculta bajo el refinamiento y el manierismo heredado que conformaban su condición de *gentleman*. A juicio de Ford:

«España era incompatible con la modernidad y no cambiaría. No se podría construir, por ejemplo, una red ferroviaria, en parte por la accidentada geografía española pero, sobre todo, porque sus amigos los arrieros nunca consentirán que la locomotora luterana les quite el pan».

Gerald Brenan acertó plenamente en su prólogo de *Gatherings from Spain* cuando afirmó que:

«La pobreza y la lamentable situación de los campesinos y de los trabajadores de las ciudades es consecuencia de la corrupción y de la ineficacia de los gobiernos españoles, olvida que la miseria de los labradores y los obreros ingleses era aún mucho mayor»

Borrow carecía por completo de esa capacidad de frío y escéptico distanciamiento que caracteriza a la pudiente clase británica, a la cual pertenecía Ford, y

por ello, se volcó todavía más con lo popular y lo folclórico del paisanaje español: «He tenido el honor de vivir familiarmente con los campesinos, los pastores y arrieros de España, cuyo pan y bacallao he comido, que siempre me trataron con bondad y cortesía, y a quienes con frecuencia he debido amparo y protección». Borrow, tenía especial predilección por los gitanos, y en una ocasión, cuando obtuvo una entrevista con el Arzobispo de Toledo, se presentó diciendo «Yo soy el que los manolos de Madrid llaman *don Jorgito el Inglés*». Insinuaba Ford (Anuario 2002 del *Instituto Cervantes*):

«¡Cuántas flores se marchitan sin figurar en ningún tratado de botánica! ¡Cuántas rocas se deshacen sin que se las mencione en la geología! Cuántos paisajes dignos de ser dibujados, cuántos osos y ciervos que cazar, cuántas truchas que pescar y comerse, cuántos valles tienden su pecho deseosos de abrazar a visitantes ocultos, cuántas bellezas vírgenes desconocidas hasta ahora esperan al feliz miembro del *Travellers Club*, que en diez días puede cambiar el aburrimiento del eterno Pall Mall por esos sitios solitarios»

Ernest Hemingway

Ernest Hemingway, decía - a través de Robert Jordan, brigadista internacional y narrador de *For Whom the Bell Tolls* - de los españoles que «no hay gente como ellos cuando son buenos, pero cuando son malos, no hay gente peor». En este sentido, sumó también:

«No era buena educación la que tenían. Buena educación habría sido sacar la botella y tomarse, con formalidad una copa. Eso es lo que habrían hecho los franceses y se hubieran guardado lo que quedara para otra ocasión. No. En esto consistía España: en pensar tanto en lo que le gustaría al visitante que le trajeras la botella a pesar de que tú estabas ocupado en otra cosa y que todo te decía que tenías que ocuparte de lo tuyo y en lo que tenías que hacer. El acordarse de traer el whisky era una de las razones por las cuales amabas a este pueblo».

La comparación entre los españoles y los franceses tiene un antecedente interesante en la novela *Fiesta*, que Hemingway escribió quince años antes, en la que afirmaba que:

«Era muy reconfortante estar en un país donde era tan sencillo hacer feliz a la gente. Nunca sabes si un camarero español te va a dar las gracias. En Francia todo está establecido sobre una clara base financiera. No se puede vivir en un país más sencillo. Nadie complica las

cosas al hacerse amigo tuyo por una razón inexplicable. Si quieres que la gente te quiera sólo hay que gastar un poco de dinero. Yo había gastado un poco de dinero y el camarero me quería. Apreciaba el valor de mis cualidades. Le gustaría volver a verme. Cenaría otra vez aquí y estaría contento de verme y me pediría que me sentase en una de sus mesas. Sería una admiración sincera porque tendría una base sólida. Estaba de vuelta en Francia»

Franz Borkenau, en plena *Guerra Civil*, repitió aquellas consideraciones:

«La belleza es todavía más importante para el español que la acción; [...] el honor es muchas veces más importante que el éxito; [...] el amor y la amistad son más importantes que el trabajo»

Fiesta fue el primer gran éxito de Hemingway y lo escribió después de asistir a los sanfermines de Pamplona en 1925 con un grupo de amigos. Gertrude Stein, alentó al precoz Hemingway a viajar a España y, en particular, a ver corridas de toros, pues ella misma se había quedado prendada de ese país y de sus costumbres cuando conoció por tierras hispanas a los matadores Rafael Gómez, el Gallo, y a su hermano Joselito., una «generación perdida». Para entonces, el autor ya perdidamente enloquecido por determinados aspectos de España: sus grandes espacios, sus vinos y su cocina regional (le privaba el rosado navarro y el bacalao al ajoarriero), su espontaneidad o sus fiestas - y muy especialmente, los toros.

En *Death in the Afternoon* (1934) explicó el comienzo de su afición:

«El único lugar en donde se puede ver la vida y la muerte, esto es la muerte violenta, una vez que las guerras habían terminado, era en el ruedo, y yo deseaba ardientemente ir a España, en donde podría estudiar el espectáculo. Estaba ensayando mi oficio comenzando por las cosas más sencillas y una de las cosas más sencillas y más elementales sobre las que se puede escribir es la muerte violenta». Gracias a los toros, para Hemingway, España era un lugar «diferente».

Su profesión de amor por España aparece al comienzo de *The Dangerous Summer*, obra póstuma, que trata de la rivalidad entre los matadores Luis Miguel Dominguín y Antonio Ordóñez durante la temporada taurina de 1959.

Hemingway gozaba con los «sonidos, las vistas, los sabores y los olores» de España. Utilizando la casa malagueña de un matrimonio millonario americano como cuartel general.

La novela de Hemingway pasó a ser, y continúa siendo para el lector anglosajón, la gran fuente literaria sobre la tragedia hispana y su impacto en la imaginación del mundo de habla inglesa es solamente comparable a la que forjó, si bien en bastante menor medida, el testimonio *Homage to Catalonia* de George Orwell (Anuario 2002 del Instituto Cervantes).

Gerald Brenan

Gerald Brenan, el gran maestro de la hispanomanía del siglo XX, volvió a Londres en 1949, después de su periplo por España, que describió en *The Face of Spain*,

Reconoció que volvía a Inglaterra en 1949 con sus «facultades condicionadas». Decía de los ingleses que un pueblo «sensato y tenía sentido de la justicia, del fair play y del humor». Pero sentenció que no era un pueblo «dinámico o bello». Para Brenan, estos atributos pertenecían al pueblo español. Tal afirmación fue el resultado de muchos años de su vida en Andalucía y de su convicción de que España era un país diferente que le permitía vivir a sus anchas como inconformista, excéntrico y bohemio.

Brenan se marchó de Inglaterra en 1919 después de haber combatido durante cuatro años en las trincheras de la *Primera Guerra Mundial* y de haber sobrevivido milagrosamente a aquella carnicería. Quería estudiar y escribir en un país cálido que fuese barato y se fue a España, desembarcando en La Coruña. En enero de 1920, alquiló una casa en el pueblo de Yegen, en La Alpujarra granadina, donde vivió parte de la década de los años veinte. En 1934, se compró una casa en Churriana, a las afueras de Málaga, donde se volvió a instalar en 1954, y en 1970 se mudó al pueblo de Alhaurín el Grande, en el cercano valle de Coín, donde murió, con noventa y dos años cumplidos, en 1987.

Brenan fue quien teorizó más y mejor entre los extranjeros sobre el «*todo o nada*» de España, que tanto atraía a los curiosos impertinentes. Lo hizo para contrastar

la cultura anglosajona con la española y para explicarse a sí mismo y a los demás la fascinación que España, su sociedad y su cultura ejercían sobre él:

«Nosotros, en Inglaterra, medimos nuestro egoísmo y nuestro altruismo según lo requiere la ocasión. Tenemos la medida apropiada para cada situación y si carecemos de ella fingimos que la tenemos. La manera de ser natural del español es la de moverse, en un solo paso, de un extremo a otro. Cuando nos invade el horror ante la insensibilidad española, ante la actitud negativa del español y su egoísmo, nos cruzamos con algún acto de generosidad y de auténtica bondad de corazón que difícilmente existe en ninguna otra nación».

El mejor testimonio de Brenan sobre España es *South from Granada*, publicado en 1957 y repetidamente reeditado, que trata de sus vivencias tres décadas antes en el pueblo de Yegen, en plena serranía de La Alpujarra. El libro es un canto a la España ancestral, exótica y eterna, alejada de la modernidad, que describe ritos rebuscados de raíces paganas y supersticiones varias con hechiceras de por medio: «Estas supervivencias arcaicas me daban un placer especial».

Amaba España en función de sus manifestaciones ancestrales, por su orientalismo - según la literatura de los viajeros del siglo XIX -, y se desconfiaba de cualquier paso que pudiese dar hacia la modernidad (Anuario 2002 del *Instituto Cervantes*):

«Al ser campesinos españoles y católicos tenían detrás de ellos una vieja tradición y solía ocurrir que la viveza de su conversación aumentaba en proporción inversa a la educación formal que habían recibido porque entonces hablaban de lo que realmente sabían».

e) El problema de las dos Españas

«Ya hay un español que quiere / vivir y a vivir empieza, / entre una España que muere / y otra España que bosteza. / Españolito que vienes / al mundo, te guarde Dios. / Una de las dos Españas / ha de helarte el corazón».

«Dos Españas, señores, están trabadas en una lucha incesante», dijo Ortega, resumiendo con su proverbial aplomo, una historia de siglos. «Dos Españas que son, más que el resultado de un análisis, el gran relato de un pasado con el propósito de abrir un futuro: una España muerta, hueca y carcomida y una España nueva, afanosa y aspirante, que tiende hacia la vida» (Juliá, 2004).

En 1921, afirmaba Ortega que «hablar de la historia de España es hablar de lo desconocido». Con estas palabras, comenzaba Julián Marías su obra *España Inteligible. Razón histórica de las Españas*:

«Lo más grave es que desde el siglo XVIII, los españoles han vuelto los ojos a los estudiosos extranjeros [...] pero el prestigio de lo exterior y la escasez de noticias ha hecho que se tome como fidedigno cuento esos señores han contado».

Para el autor (Marías, 2006:15-22), cinco son los rasgos que conforman la *anormalidad* española en la comparativa europea:

- Primero, «la obsesiva presencia de moros, ha bastado para segregar a España de Europa, para considerarla algo diferente y aparte [...] La invasión musulmana del 711, la permanencia de un dominio islámico hasta 1492, la persistencia de población morisca hasta comienzos del siglo XVII y finalmente, la conservación de huellas de todo género en la vida española posterior, son elementos decisivos que hay que tener presentes si se quiere entender lo que ha sido y es España»
- «La *Inquisición* es la segunda imagen adherida invariablemente a la figura de España [...] El hecho de que la fase activa de la *Inquisición* coincidiese con el *Siglo de Oro*, no ha impedido para que se la considere responsable del atraso cultural de España, ni se ha tenido en cuenta que las ejecuciones de intelectuales más notables – Thomas Moro, Vanini, Miguel Servet o Giordano Bruno – fuesen ajenas a la Inquisición Española»

- La tercera consecuencia es la visión de que España «es un pueblo que destruye civilizaciones americanas [...] Dichas imputaciones, situadas en los últimos años del siglo XV y principios del XVI, han quedado perdurablemente adscritas a la historia entera de España y han impedido ver la realidad de la *América Hispánica*»
- Cuarto, es cierto «que España haya tenido decadencia, es evidente y bastante normal, se pueden señalar en la historia que casi todos los países que la tienen larga y de algunos que la poseen bastante breve. Lo peculiar del caso español es lo que podríamos llamar, la sustantivación de la decadencia. No es que España haya decaído, sino que a ojos de los extranjeros y no menos, sino quizá más, de los españoles, consiste en decadencia [...] hasta el extremo que se ha querido hacer arrancar el resurgimiento de España, tras varios siglos de los que se renegaba»
- Y por último, que «desde la segunda mitad del siglo XIX, aunque se han buscado apoyos más antiguos, de épocas en las que las cosas no se veían así y ha tenido enorme desarrollo en los últimos años, me refiero a la idea de que España, lejos de ser entendida propiamente como nación, es un conglomerado o mosaico de pueblos bastante homogéneos y que no tienen mucho que ver entre sí [...] un mosaico de diversas lenguas»

Julián Marías, habla de las *trayectorias* (Ortega y Gasset, 1983) para definir España. Una trayectoria social que se caracteriza por los pueblos que conviven en los sujetos internacionales y que hallan bajo la presión de vigencias que se originan más allá de sus fronteras, formando parte de sociedades más amplias y tenues: la *Cristiandad*, el *Sacro Imperio* o *Roma*. Pero también una trayectoria individual, de un yo que ejerce presión sobre la circunstancia para llegar a ser alguien que imagina y desea: Israel como pueblo elegido, la Roma imperante, la España misionera o la Francia revolucionaria (Marías, 2006:46).

En boca Ortega (1914:362-363):

«De entre los escombros tradicionales, nos urge salvar la primaria sustancia de la raza, el módulo hispánico, aquel simple temblor español ante el caos. Lo que suele llamarse España no es eso, sino justamente el fracaso de eso, Una grande, doloroso incendio habríamos de quemar la inerte apariencia tradicional, la España que ha sido, y luego, entre las cenizas bien cribadas, hablaremos como una gema, la España que pudo ser»

Hispania, sin embargo, conformaba parte de un orden superior, una superestructura, como afirma Menéndez Pidal (Menéndez Pidal, 1991) y poseía su

propia infraestructura, proveniente de la época prerománica. De este modo, la unidad territorial de *Hispania* fue conformándose en sociedad, que influida por las superestructuras impuestas por la realidad de los países vecino, acabó gestando la *sociedad española*.

Es, a finales del siglo XV, cuando surge la *nación española* como sujeto internacional. Sin embargo, su unión con otros pueblos heterogéneos europeos y con sus homólogos en América, acabaría conformando una supernación, la *Monarquía Hispánica* o el inicio de las *Españas*, durante los siglos posteriores: XVI, XVII, XVIII y hasta el siglo XIX, cuando con la pérdida de las últimas colonias, España volverá a ser nación, pero manteniendo el debate de identidad en sus estructuras, los nacionalismos (Marías, 2006: Capítulo V).

Analizar la historia de España, es estudiar un proceso histórico, continuamente interrumpido porque «la gran fertilidad, belleza y riqueza de España movió a las generaciones extranjeras a codiciarla, de manera que fueron casi innumerables las que aquí vinieron» a lo largo de los siglos (González Antón, 1997:119).

Para Gildo Seisdedos (2007), experto en marketing de ciudades del *Instituto de Empresa*:

«Es un problema muy antiguo y está en plena actualidad. Es un tema muy delicado desde el punto de vista político [...] aunque para un determinado público objetivo genere diversidad y atractivo, a otro tipo de clientes puede generar desorientación y debilitar la marca del país, si consideran que está amparado bajo el paraguas de las empresas más embajadoras».

La Edad Antigua

El germen de España es la provincia romana que Roma superpuso a la península, conformando su estructura: administración, derecho, política, religión y lengua. Apiano de Alejandría (siglo II), en su *Historia Romana*, afirma que «el tamaño de *Iberia*, llamada ahora *Hispania* en lugar de *Iberia* por algunos, es grande e increíble para tratarse de un sólo país, cuya extensión es de diez mil estadios y su longitud es igual a

su anchura». Por último, como en el caso de las Galias (vs. La Galia), utilizaron la denominación en plural, *las Hispanias* (Cuchillos, 1997:141-154). Las Españas.

La España prerromana se componía de una serie de pueblos unidos entre sí por el comercio, las guerras, los límites territoriales o las invasiones, dentro de la *Península Ibérica*. Roma trajo las carreteras y las ciudades, que vertebraban aquella entidad. La lengua, la administración, la política o la religión unificaron todos aquellos pueblos, sin embargo, los *hispanos*, no eran españoles, sino *romanos*, participando *Hispania* y sus ciudadanos del Imperio (Domínguez, 1984: 05-18).

En algunos casos se identificaban como *hispanos* a las personas originarias de la península con ciudadanía romana, mientras que a la población autóctona sin ciudadanía romana se les denominaban por el nombre de la tribu íbera o celta a la que pertenecían: berones, ilerjavones, edetanos, contestanos, vascones, pelendones o cántabros. En otros casos, se empleaba la denominación de *hispanos* para todos los habitantes de la *Hispania Romana*, como en el famoso dicho atribuido a Julio César: «Beati Hispani quibus bibere vivere est» («Afortunados los españoles para los que beber es vivir») (Lapesa, 2005).

Según Pompeyo Trogo (1995):

«Los hispanos tienen preparado el cuerpo para la abstinencia y la fatiga, y el ánimo para la muerte: dura y austera sobriedad en todo [...] En tantos siglos de guerras con Roma, no han tenido ningún capitán sino Viriato, hombre de tal virtud y continencia que, después de vencer los ejércitos consulares durante 10 años, nunca quiso en su género de vida distinguirse de cualquier soldado raso»

Existió una primera división en dos provincias, dos Hispania: *Hispania Citerior* (este-oriental) y *Hispania Ulterior* (sur- este-oriental) a la que Augusto transformó tiempo después, tras la conquista del occidente peninsular, fue dividida en *Bética* (sur), y *Lusitania* (oeste), permaneciendo la *Citerior* como *Tarraconensis* (García Bellido, 1945).

Hasta este momento, cartagineses, fenicios, griegos o romanos habían arribado a *Hispania* desde el Mediterráneo, con lo que éste era la realidad y perspectiva de sus gentes, la unidad que en una u otra costa, amigos o enemigos, conformaba su área de influencia. Sin embargo, es con Roma cuando la península se abre al continente, utilizando – por imperio de su ubicación – la Galia como camino de infiltración hacia el Siglo V de diversos pueblos bárbaros continentales: vándalos, suevos, asdingos, alanos o visigodos (Blázquez, 1971: 57-143).

Tras la división del *Imperio*, Bizancio y el Oriente del Mediterráneo se estará mucho más en contacto con *Hispania* de lo que parecería, puesto que estos comenzaron a extender su área de influencia y de comercio por el norte de África, llegando hasta el sureste español (Marías, 2006:74).

Con la caída final del *Imperio de Occidente* y la influencia visigoda en *Hispania* y *Lusitania*, se conformó su reino en toda la península, perdiendo su vinculación con las *Galias* y cohesionando su nuevo territorio bajo dos premisas: el *Código de Leovigildo* (572) y la unión religiosa arriana - posteriormente católica - con Recaredo (587) (Vallejo, 2004:07-15).

La Edad Media

La influencia hispanoromana era mayor que la visigoda, con lo que se potenciaba la romanización de estos, pudiendo hablar, no ya de *Hispania*, sino de la *España Visigoda* (Pérez-Prendes, 1991:TomoIII), que desaparecería en el 711, con la invasión árabe.

Hasta este momento, tal como da cuenta Ortega y Gasset en su artículo «*La ausencia de los mejores*», en *España Invertebrada*, la Europa medieval que conformaba Francia, España, Inglaterra e Italia, se había forjado sobre una raza autóctona, el sedimento civilizatorio romano y la inmigración germánica. Mientras el primer ingrediente era diferenciador de cada una de las regiones, el segundo se volvía neutro e integrador, conformando la materia de estas regiones. El tercero, sin embargo, era el decisivo, pues era el que decidía su forma. Así, según Ortega, en *Hispania*, los visigodos impusieron un feudalismo débil, frente al enérgico de los francos en la Galia,

y de ello nace la *anormalidad* española de la edad media, pues el elemento germánico era menor. Sin embargo, como hemos visto, el grado de romanización en España era muy alto en comparación a las *Galias, Britania, Panonia o Dacia*. Infraestructuras que permitieron que la monarquía visigoda funcionara con unidad (Blázquez, 1976:67-81).

En la escena internacional, los diferentes pueblos bárbaros, asentados en el Imperio Romano, comienzan a dar nombre a las nuevas sociedades europeas: los francos a Francia, los germanos a Alemania o los anglos, sajones y bretones a Inglaterra. En el caso de España, la romanización tan fuerte existente, motivó que Ataulfo no denominara a su reino *Gothia*, sino *Romania*, que ya vivía en *sociedad*. En su obra, *Historia Gothorum*, Suintila aparece como el primer rey «totius Spaniae» (Peña, 2005).

San Isidoro de Sevilla (Benito, 1998:86), exaltando la raza goda canta sus virtudes:

«Tú eres, oh, sagrada madre siempre feliz de príncipes y de pueblos, la más hermosa de cuantas tierras se extienden desde el occidente hasta la India. Tú, por derecho, eres ahora la reina de todas las provincias, de quien reciben prestadas sus luces no sólo el ocaso, sino también el oriente. Tú eres el honor y ornato del orbe, la más ilustre porción de la tierra donde grandemente se goza y florece la gloriosa fecundidad de la nación goda».

Es aquí cuando, según Julián Marías, surge otra *anormalidad*, ya que siendo un país plenamente europeo, romanizado y con identidad propia, la invasión árabe cegó la *España que pudo ser* (Marías, 2006:85).

Con la derrota en la *Batalla de Guadalete*²⁸, nos encontramos con la presencia árabe en la península durante más de setecientos años y con la impotencia de la España derrotada de haber perdido sus posesiones con tanta rapidez y tan poca resistencia. Así, nació la leyenda de la *España Perdida* (Maravall, 1954:269), la empresa germen de la

²⁸ La *Batalla del Guadalete*, según la historiografía tradicionalmente admitida, basada en crónicas árabes de los siglos X y XI, tuvo lugar en España entre el 19 y el 26 de julio de 711 cerca del *Río Guadalete* (en *Bética*, España) y cuyas consecuencias fueron decisivas para el futuro de la *Península Ibérica*. En ella el rey godo Rodrigo fue derrotado y probablemente perdió la vida a manos de las fuerzas musulmanas comandadas por Táriq Ibn Ziyad. La derrota fue tan completa que supuso el final del estado visigodo en *Hispania*.

Reconquista. Comienza la nostalgia cristiana, la búsqueda que como consecuencia, influye en la sociedad española no aceptando que España sea dos países, no aceptando su presencia.

Se ve así, la *Reconquista*, como una empresa colectiva y permanente en la España cristiana que se configura en símbolo de su identidad. Julián Marías, la llama *Resurrección*. La *Reconquista* por la España perdida fue el blasón de los distintos reinos del norte peninsular por recuperar lo que creían suyo. Sin embargo, esta multiplicidad de incursiones regionales, fue configurando las diferencias estructurales que se desarrollarían en los siglos posteriores (Fanjul, 1997:101-126).

A la fragmentación de España, le siguió la división antagónica del Mediterráneo. Hasta entonces, había funcionado como una unidad regional con dos orillas. A partir de ahora, motivado por la *Reconquista* en España, las *Cruzadas* en Europa y la expansión del Islam, se creará un maniqueísmo continuo: cristianismo-islamismo y Europa-África, que contará con España como región territorial de mutua influencia. Hasta el siglo XIII, Europa se había alimentado de la influencia del *Imperio Romano de Occidente* y el norte de África y parte del sur del Mediterráneo, del *Imperio Romano de Oriente*. Ahora, la influencia cultural se convierte en una cuestión religiosa que desembocará en la *Toma de Constantinopla* por los turcos en 1453: la mitad de la cristiandad había caído en manos del islam (Marías, 2006:99).

El concepto de Europa se contrapone al del islam en el momento en el que salimos de la *Edad Media* y nos adentramos en la *Edad Moderna*. Y en este contraste, la trayectoria individual de España, influencia por la trayectoria social germanico-cristiana y árabe-musulmán, decide ser europea. Como afirma Julián Marías, «en toda Europa, esta condición es natural, puesto que sus naciones no pueden ser otra cosa, en España, ser europeo nace de un proyecto extremadamente improbable, de una anticipación imaginativa, de una ilusión». Según San Isidoro, con la dominación de los visigodos se empieza a acariciar la idea de la unidad peninsular y se habla por primera vez de la *Madre España*, es a partir de la *Reconquista* cuando los cristianos se refieren a España como *Spania* o *Espania*.

De una parte, la *España Cristiana*, de otra, la España ocupada, *Al-Andalus*. La España cristiana elige no ser islamizada, sino invocar a su pasado europeo occidental. La *España Visigoda*, la *España Perdida*, queda en la nostalgia de la sociedad cristiana (Marías, 2006:108), distorsionada y deformada por setecientos años de invasión árabe, por la atonicidad del proyecto y la división territorial de los reinos cristianos. Es un caso excepcional, un país definido por un programa explícito y mantenido a lo largo de los siglos con asombrosa constancia, un país basado en un argumento que gozaba de una pauta que permitía medir el nivel de realización de la pretensión, al tener los reyes una clara conciencia de haber sido más o menos fieles a ese proyecto, concluye Marías.

En esa *Reconquista*, el superior protagonismo de Castilla, se hizo notar en los reinados de Alfonso III, Alfonso VI y Alfonso VII²⁹, quienes se autodenominaban emperadores de España y ante los que el resto de soberanos españoles eran vasallos de su persona. Idea que duró algunos años, sin embargo, «la ruina de la idea imperial, es el resultado de la plena incorporación de la España cristiana a la Europa Occidental por obra del mismísimo Alfonso VII, que se esfuerza en extender su imperio fuera de la península», afirmó Menéndez Pidal.

En 1212, en la *Batalla de las Navas de Tolosa*³⁰, los cinco reinos cristianos de la península: Castilla, Aragón, Navarra, León y Portugal son tomados como *un conjunto*, de España, distinto de cualquier reino transpirenaico. «Españoles solo» (*Soli Hispani*) (Charlo, 1997: 35-118), que son «toda España». La unidad que se busca por los reinos cristianos, también afecta a sus linajes, como dice el *Cantar del Mío Cid*, «hoy los reyes de España sus parientes son, / a todos alcanza honra por el que en buen hora nació».

Hasta esta fecha, la sociedad española – todavía no conformada en nación –, la España cristiana, comparte cultura, arquitectura o literatura con el resto de Europa. De una parte, se va gestando la leyenda de *El Cid*, de *Santiago Apóstol Matamoros* o de *San Millán de la Cogolla* como héroes cristianos y símbolos de su identidad. De otra

²⁹ Alfonso VII de Borgoña, llamado *el Emperador Leonés*, fue rey de Galicia y posteriormente de León y Castilla, siendo el primer representante de la Casa de Borgoña en dichos reinos. Reunió los reinos de Castilla y León y todos los terrenos que dependían de ellos a una entidad, la que llamo *Imperio de León o Imperio Leonés*.

³⁰ La *Batalla de Las Navas de Tolosa*, tuvo lugar el 16 de julio de 1212 cerca de la población jiennense de Las Navas de Tolosa. La victoria cristiana permitió extender los reinos, principalmente el de Castilla, hacia el sur de la *Península Ibérica*, entonces bajo dominio musulmán.

parte, los intereses de cada reino van variando y así se muestra en la relación de estos con los taifas musulmanes. Portugal, favorece una temprana nacionalización que engendrará su grandeza a finales del XV pero que estorbará en el proyecto de la España del siglo XVI, al no conformar una integración en una unidad más amplia, llevándole a cierto aislamiento.

En la España Occidental, la *Reconquista* parte de Covadonga a Pravia, luego a Oviedo y de aquí a León, para engendrar Castilla en el siglo IX y su posterior unión con León, en el siglo XII. En la *España Oriental*, el *Reino de Navarra* y en especial, el *Reino de Aragón* y el *Condado de Barcelona*, se van expandiendo hacia al sur siguiendo el Levante. En la culminación de la *Reconquista*, la *Corona de Castilla* va ganando terreno, copando el occidente español. Navarra, ligada en un principio a Castilla y otras veces a Aragón, acaba subsistiendo de la mano de vascones y de la influencia francesa. El *Reino de Aragón*, se une al *Condado de Barcelona* y de la suma de ambos, nace la Corona de Aragón. Finalmente, en 1474, ambas coronas acabarán uniéndose en matrimonio³¹, en las personas de los *Reyes Católicos*, siendo incorporado el *Reino de Granada* en 1492 y el *Reino de Navarra* en 1515, ambos a Castilla, culminando así, la unificación territorial destruida en el 771 (Marías, 2006: Capítulo 11). «Tanto monta, monta tanto, Isabel como Fernando».

En 1974, Julián Marías utilizó la expresión «Castilla se hizo España». Ortega y Gasset utilizaría en 1921: «Castilla ha hecho a España y Castilla la deshecho», que posteriormente, Sánchez-Albornoz utilizó en su discurso ante las Cortes Constituyentes de 1931. Marías quería expresar que «Castilla se dedicó no a hacer España, sino a hacerse España» (Marías, 2006:145). Castilla, desde su propio origen, va absorbiendo e incorporando bastas proporciones y desde el siglo XIII, el mudejarismo andaluz se va añadiendo a la arquitectura castellana. Su lengua, el castellano, va encontrando dos variantes: la castellana y la andaluza, con Juan Valdés o Antonio de Nebrija como máximos representantes. Sin embargo, Castilla, como reino más poderoso de la unión entre Isabel y Fernando, impuso el juego de dominación del centro sobre la periferia, de la meseta frente al litoral y del castellano sobre el resto de lenguas (Beyto, 1983:1-64).

³¹ Con la boda de los *Reyes Católicos* en 1469, se realizó la unión de las *Coronas de Castilla y Aragón*, formando la base de lo que luego se convertiría en la Corona de España, aunque los distintos reinos conservarían sus sistemas legales y características. Con los *Decretos de Nueva Planta* de 1705-1716, Felipe V eliminaría todos los privilegios y fueros, terminando así la unificación.

Ante el avance territorial que supuso la *Reconquista*, la monarquía castellana otorgó tierras y privilegios fiscales a cambio de que los campesinos defendieran por las armas su propio territorio. Es en esta época cuando aparecen los fueros y las cartas puebla, – en particular, de tipo económico –, germen de muchas de las desavenencias que surgirán en los siglos posteriores (Nieto, 1996:16-17).

La Edad Moderna

El proceso de creación de la nación española se inicia en la segunda mitad del siglo XV, a medida que se van gestando las incorporaciones de los nuevos territorios. Es, a partir de este reinado, cuando los linajes y matrimonios de los reyes españoles, comienza a internacionalizarse, componiendo las bases del *Imperio* (Alcalá-Zamora, 2005:135).

Con el descubrimiento de América y su posterior colonización, España presenta una estructura social y política transoceánica. España, se va configurando en un ente administrativo, político, religioso e institucional con territorios en la península, en el resto de Europa y en ultramar e iniciándose la idea de las Españas (Marías, 2006:179).

Característico es en este sentido la idea de las dos Españas en el propio escudo de España. Las *Columnas de Hércules* (que mitológicamente separaban Cádiz del Atlas africano), incorporadas en el escudo por Carlos I, flanquean a éste y soportan el lema *Plus Ultra* (más allá)³². Las columnas están coronadas por la corona imperial del *Sacro Imperio Romano Germánico* y real española, respectivamente, que representan el pasado histórico como imperio y *Reino de España* y que hacen énfasis en la idea de una España dividida por el *Mar Océano Atlántico*.

Felipe IV, en el epílogo de *Historia de Italia*, escrita por Francisco Guicciardini en 1630, afirmaba que era: «un rey de las Españas y de tantos *Imperios*» y habla de «las provisiones de oficios y puestos de los reinos que competen a estas coronas». Así, el rey de España, lo era de Castilla, de Aragón, de Navarra, de Granada, de Nápoles y de todos

³² Centro de Estudios Políticos y Constitucionales

los reinos americanos, tal como se refleja en la definición constitucional de España en la primera constitución democrática, la de Cádiz en 1812.

Además y de este modo, en los siglos XVIII y XIX y de forma progresiva, la España americana compuesta del *Virreinato de Nueva España, el Virreinato del Perú, la Capitanía General de Guatemala, Luisiana, el Territorio de Nootka, el Virreinato de Nueva Granada, la Capitanía General de Venezuela, el Virreinato del Río de la Plata, la Capitanía General de Chile, la Capitanía General de Cuba y los Territorios Insulares*, se va convirtiendo en países, que prefiguran los estados que se formarían tras la emancipación americana (Huxtable, 2002:70).

Según Humboldt (Marías: 2006:284):

«Las antiguas leyes españolas, cada virreinato se gobierna, no como un patrimonio de la corona, sino como una provincia particular y lejana de la metrópoli [...] no enviando las provincias, ningún caudal neto a la tesorería general»

Desde 1492, España es cristiana, pero no son así todos sus ciudadanos: judíos y moriscos, que se contraponían al de *cristiano viejo*, amén de diferenciarlo de los *nuevos conversos*³³. Un ejemplo más de las dos Españas. En 1290, se producía la expulsión en masa de judíos de Inglaterra, en 1306 de Francia, en 1348 de Alemania, en 1492 de España y en 1496 de Portugal. Así, topamos con la España real y la del exilio, *Sefarad*.

Sin embargo, unos u otros tenían antepasados de aquí o de allí. Este es el motivo del inicio de los *Estatutos de Limpieza de Sangre*³⁴, que tuvieron una considerable influencia en la vida de los siglos XVI y XVII, convirtiéndose en un gran factor de perturbación social.

³³ Francisco de Quevedo, cristiano viejo, se burlaba de sus enemigos literarios, como De Góngora, diciéndole: «Yo te untaré mis obras con tocino/ porque no me las muerdas, Gongorilla»

³⁴ Los *Estatutos de limpieza de sangre*, fueron el mecanismo de discriminación legal hacia las minorías conversas bajo sospecha de practicar en secreto sus antiguas religiones - marranos en el caso de los judíos y moriscos en el de los musulmanes- que se estableció en España. Consistían en exigir (al aspirante a ingresar en las instituciones que lo adoptaban) el requisito de descender de padres que pudieran asimismo probar descendencia de cristiano viejo. Surgen a partir de la revuelta de Pedro Sarmiento (Toledo, 1449), a consecuencia de la cual se redactó la *Sentencia Estatuto* y otros documentos justificativos.

Con la prohibición de 1559 de Felipe II de estudiar en el extranjero, comenzaba la *Retracción* de España en Europa, pese a que ésta sigue estando presente en todas partes y en todos los órdenes. Es, sin embargo, con el estallido de la *Guerra de los Treinta Años* (Peñalver, 1997:46) - Carlos V y Felipe II lucharon duramente contra la *Reforma* (Marías, 2006: Capítulo 21) - , y la llegada del siglo XVII, cuando comienza, como afirma Julián Marías, un verdadero *repliegue selectivo* de la escena internacional, siglo en el que las pérdidas comienzan a enumerarse prolijamente.

España fue un curioso ente, puesto que era *Imperio*, pero el *Imperio* no era España. Su decadencia fue una crisis de esperanza, una capacidad de recuperación, una época de desilusión (Marías, 2006: Capítulo 21). Debido a su crisis - la del *Imperio* -, muchos autores han hablado del «problema de España», que para J.P. Fusi y J. Palafox no era tal (Pérez Herráiz, 2006).

La Edad Contemporánea

El siglo XVIII se estrena con el afrancesamiento de España y con el fin del aislamiento, era el nacimiento de la *España Ilustrada*. La ilustración que trajeron los Borbones trajo también la imagen de países avanzados (ilustrados): Prusia, Holanda, Francia o Inglaterra y menos avanzados (los que como España, no lo eran), creándose así el espacio entre una y otra idea en el ideario colectivo español: la *España Atrasada* vs la Europa que avanza. La excepcionalidad del régimen Borbón, más notable ahora por el contraste con la progresiva uniformidad en el resto de España, vino a realimentar viejas visiones mitificadoras sobre el pasado y sobre las razones y el sentido de la propia diferencia del régimen arcaico que siguió vigente, Navarra, por ejemplo, siguió manteniendo su aparato institucional, aunque cada vez más controlado por la monarquía (González, 1997:360-363).

Paradójicamente, frente a la *España Ilustrada*, surge también la *España Castiza*. Una España entendida desde una postura literaria, cultural e ideológica, relacionada con un pensamiento reaccionario. Era una reivindicación defensiva de lo castizo, de las expresiones de todo tipo que se percibían como propias, lo típicamente español: el carácter nacional.

Unamuno, en torno al *casticismo*, escribía en 1895 que «lo castizo, lo verdaderamente castizo, es lo de vieja cepa castellana. El castizo es que emplea palabras castellanas de viejo abolengo [...] Castizo se usa lo más a menudo el calificativo de castizo para designar a la lengua y al estilo. Decir en España que un escritor es castizo es dar a entender que se le cree más español que a otros» (Araya, 1987:46-51).

La primera documentación castellana de esta palabra se encuentra en *Trabajos de Hércules*, del año 1417, donde Villena trae «vacas o bueyes que de España había traído para casta». Decía Covarrubias que «casta vale linaje noble y castizo, el que es de nueva línea y descendencia; no embargante que decimos de buena casta, y de mala casta». Ortega y Gasset, haciendo un elogio de Azorín (Ortega y Gasset, 1963:186), establecía que:

«Azorín es un escritor casticista, significa en mi léxico, una forma del deshonor literario, quiero decir, una de las muchas maneras, de las infinitas maneras entre que un poeta puede elegir para no serlo. No creo que en parte alguna se haya hecho, como en España, pesar sobre la inspiración artística el imperativo del casticismo. Yo no sé qué excesiva solicitud por mantener intacta la espiritualidad nacional ha suscitado en todas las épocas de nuestra historia literaria unos Viriatos críticos, medio almogávares, medio mandarines, los cuales amontonaban obras sobre obras en torno a la conciencia española, no tanto para que fueran leídas cuando para formar con ellas una alta muralla al estilo de la existente en China. Es más que sospechosa esta obsesión de que vamos a perder nuestra peculiaridad. En la mujer histérica suele convertirse el afán mismo de perder la inocencia en una excesiva suspicacia e injustificada precaución»

Es imposible separar el casticismo de los españoles cristianos del de los españoles judíos, tan conscientes de su hidalguismo y de su limpieza de sangre como sus compatriotas. Escribía el Rabí Arragel de Guadalajara en 1410: «Los judíos gozábamos de tanta prosperidad, que en Castilla solíamos ser corona e diadema». Los judíos españoles se creyeron distintos, superiores a los restantes; eran tan españoles como judíos, y por eso continúan llamándose españoles (Castro, 1965:32-33).

«Español con india, sale mestizo./ Mestizo con española, sale castizo./ Castizo con española, sale español./ Español con negra sale mulato./Mulato con española, sale morisco», recitaba Nicolás León en su libro *Las Castas del Méjico colonial* (Castro, 1967:84).

Felipe V y sus sucesores, realizan unos enormes esfuerzos cuyos resultados son el aumento de población, la industrialización, la potenciación de la cultura y la unificación legal de Cataluña y Valencia con *los Tratados de Nueva Planta*. Hasta 1788, la selección de gobernantes, tuvo grandes aciertos y se produce una gran integración nacional. España pasa a ser una potencia de segundo orden para poder avanzar: se reducen las pretensiones, se sana el estado y se marca una distancia entre los proyectos y los recursos. Desde Felipe V a Carlos III, se gesta la nacionalización de España y el incremento de la legitimación social de la monarquía. Se eliminan los privilegios de la iglesia, de la nobleza y de las regiones. Los *Austrias Mayores* habían ejercido un reinado personalista, los *Austrias Menores* un reinado desentendido, delegado en sus validos y privados y los nuevos *Borbones*, hacían de su monarquía un instrumento de articulación constructiva de España (Marías, 2006: 276).

La Guerra de Independencia supuso la ruptura entre el *Antiguo Régimen* y la *Edad Moderna*. La invasión, supuso el derrumbamiento de la *España Oficial*. Supuso también la ruptura de la *España Real*, con sus defectos y virtudes con la *Vieja España*, la *España Clerical* e *Inamovible*. También creó el dualismo entre *afrancesados* y *patriotas*, popularizando el termino de las dos Españas, a la que seguirían *fernandinos* y *liberales*, *isabelinos* y *carlistas* o *conservadores* y *progresistas* de finales del siglo XIX.

La vuelta de *El Deseado*, Fernando VII y la incomprensión del pueblo español, impidieron que el mayor de los Bonaparte mejorase, como ya hizo su compatriota Felipe V, una España que no sabía por donde arrancar. Sin embargo, aunque sin éxito, sus ideas prevalecerían en los pensamientos de los liberales y progresistas que lucharían en la política española del siglo XIX (García Cárcel, 1992: 174 - 198).

En el plano político, el mapa de España de Jorge Torres Villegas, 1852, habla de las cuatro Españas, según su régimen legal: la *España Uniforme o Constitucional* (antigua *Corona de Castilla*), la *España Incorporada o Asimilada* (antigua *Corona de Aragón*), la *España Foral* (antiguo *Reino de Navarra*) y la *España Colonial* (los

territorios coloniales de ultramar). Aún así, se sigue defendiendo que «la nación española es la reunión de todos los españoles de ambos hemisferios»³⁵.

La dualidad o multiplicidad ya existente entre las diversas formas de ver España, germina la sospecha de que España está hecha de una sustancia explosiva, pronta a estallar en violencia. Los españoles comienzan a tener miedo de sí mismos, a no fiarse de sus propias reacciones, a sospechar que puedan llevarlos adonde no quieren ir. Este es el sentir de buena parte de la España del siglo XIX. Unamuno, en sus últimos ensayos en la *España Moderna*, en 1895, habla «Sobre el marasmo actual de España».

La *Gran Historia General de España*, de Modesto Lafuente, inauguraba en 1850 todo un revisionismo de la imagen que se había tenido hasta entonces de España. La historiografía romántico-liberal convirtió a los *Reyes Católicos* en un símbolo de españolidad por conseguir la unión nacional. *Reconsquista*, significaba reconstrucción de algo ya existente, la lucha por la defensa del carácter español, el *Iberismo*. Para los románticos, la época de mayor esplendor había sido la *Edad Media*. La época de los Austrias fue considerada como una época de decadencia española, mientras que, como afirma Martínez de la Rosa, «con la monarquía Borbón, España se une más intensamente a Europa» (García Cárcel, 1992: 200).

Al romanticismo del siglo XIX le siguió el realismo, que trajo a la sociedad española fatiga, desencanto, violencia y sopor. Esta desorientación del país, se dejará notar en los años que van de la *Revolución de 1868* a la *Restauración* de 1875, donde «se sentía que podía pasar cualquier cosa» (Marías, 2006: 344).

La *Restauración*³⁶ trajo un periodo de estabilidad, legalidad, legitimación de la monarquía, el estado de derecho y lo que era más importante, un periodo de convivencia que no se conocían en España desde 1808. Sin embargo, este periodo duraría muy poco tiempo, la *Crisis del '98* perturbó la vida social y política. La historiografía francesa de

³⁵ Artículo 1 de la *Constitución Española* de 1812

³⁶ La *Restauración* borbónica, es un periodo histórico desde el pronunciamiento del general Arsenio Martínez Campos en 1874 con el fin de la *Primera República Española* hasta la proclamación de la *Segunda República* el 14 de abril de 1931. Se caracteriza por una cierta estabilidad institucional, la construcción de un modelo liberal del Estado y la incorporación de los movimientos sociales y políticos surgidos al calor de la revolución industrial, hasta su progresiva decadencia con la dictadura de Primo de Rivera en 1923.

primeros años del siglo XX será también un «intento político de romper la neutralidad española durante la *Primera Guerra Mundial*, lanzándose a una operación de reconciliación para atenuar los viejos agravios franco-españoles» (García Cárcel, 1992: 217). El historicismo francés se dividió entre los que se aferraban a la España literaria, al *Esencialismo Católico* y los que reivindicaban la España del *Regeneracionismo* (Marías, 2006: 276). De la mano de los viajeros europeos, los curiosos impertinentes, nace también en la literatura europea de esta época – como ya hemos visto páginas atrás - otra España, la *España Exótica* (Torrecilla, 2001:337-356).

España se retrasó en la industrialización, siguió siendo un país agrícola, lo que impidió una mejora económica y la llegada de las reivindicaciones sociales y obreras. Situación que desencadenó el marxismo y el anarquismo de la primera parte del siglo XX, siendo éste último, mucho más intenso en España que en otros países de Europa. Por último, de la mano del romanticismo y de las diferencias regionales, comienzan a surgir también los nacionalismos. Emilio Castelar define muy bien el sentimiento regeneracionista hacia todo lo que el *Imperio Español* había significado (García Cárcel, 1992: 202):

«No hay nada más espantoso, más abominable que aquel *Imperio Español* que era un sudario que se extendió sobre el planeta. No tenemos agricultura porque expulsamos a los moriscos. No tenemos industria porque arrojamos a los judíos. Encendimos la Inquisición, arrojamos a ella a nuestros pensadores y los quemamos y después ya no hubo de las ciencias en España más que un montón de cenizas»

La búsqueda por el devenir de España caló también en la esfera política, lo que Juan Valera denominó el *Regeneracionismo*, un movimiento que quiso meditar, objetiva y científicamente, sobre las causas de la decadencia de España como nación (Mallada, 1998: Capítulo 4). A escritores como Galdós, Clarín o Emilia Pardo Bazán se sumarían historiadores como Peiró, Pasamar o Altamira. Cánovas, desde la política, intentó potenciar las instituciones españolas importando valores y piezas del sistema británico.

Todos estos fenómenos, tienen como rasgo común el particularismo que Ortega y Gasset manifestaría en 1921, en *España Invertebrada* y la insolidaridad de los grupos

sociales, que actuaban como un todo y no como parte de éste. Todo ello, condujo a un proceso de disociación de la sociedad española (Marías, 1981:183-213).

Ese *Regeneracionismo* evocaba una europeización de España, como ponía de manifiesto Joaquín Costa en *Reconstitución y Europeización de España*, en 1900, ante lo que Unamuno afirmará: «España está por descubrir y sólo la descubrirán los españoles europeizados» (Unamuno, 1998:192). Era un hecho curioso, ya que España no es que no fuera europea, sino que carecía de algunos de los rasgos que constituían la actualidad europea. El pensamiento regeneracionista buscaba importar de Europa lo que en España faltaba.

Este *Regeneracionismo* y el modernizar España, contará con la colaboración de la *Renaixença*³⁷ catalana y del *Rexurdimento*³⁸ gallego en el marco regional. En especial, Cataluña, pese a ser una región de España, era una comunidad relativamente grande y suficientemente moderna para impulsar lo que algunos han llamado «arreglar España» o «catalanizar España» en los aspectos económico, político y social. No obstante, los sucesivos fracasos de los diversos proyectos políticos catalanes llevaron a muchos a concluir que había una «impotencia coercitiva de Cataluña» sobre España, por decirlo con palabras de Vicens-Vives, Cataluña fue un Piamonte frustrado (Colomer, 2006).

Sin embargo, el *Regeneracionismo* tendrá que enfrentarse al *Desastre del '98*, de la surgió la *Generación del '98*³⁹, que nació en 1901. La vida de la España de principios

³⁷ La *Renaixença*, es un movimiento cultural catalán que llega a su esplendor durante la segunda mitad del siglo XIX. Su nombre surgió de la voluntad de hacer renacer el catalán como lengua literaria y de cultura después de los siglos de diglosia respecto al castellano (siglos de *decadència*). Los autores más importantes de este movimiento fueron Joan Maragall, Jacint Verdaguer y Bonaventura Carles Aribau y uno de los puntos clave de su difusión fueron los Jocs Florals. El estilo de la *Renaixença* es parecido al romanticismo europeo, predominio de los sentimientos, la exaltación patriótica y los temas históricos. La lengua utilizada mezclaba cultismos y neologismos con palabras de la cultura popular.

³⁸ El *Rexurdimento*, es la etapa cultural de la historia de Galicia que se desarrolló a lo largo del siglo XIX y que tuvo como característica principal la revitalización de la lengua gallega como vehículo de expresión social y cultural tras el periodo de ostracismo que se conoce como siglos oscuros. Con el advenimiento del romanticismo a la *Península Ibérica* se reavivó el espíritu regional y la identidad subjetiva de las regiones españolas. Aparece una conciencia nacional y se reivindica el idioma gallego como distintivo de la personalidad de Galicia.

³⁹ La *Generación del '98* es el nombre con el que se ha agrupado tradicionalmente a un grupo de escritores, ensayistas y poetas españoles que se vieron profundamente afectados por la crisis moral, política y social acarreada en España por la derrota militar en la *Guerra Hispano-Estadounidense* y la consiguiente pérdida de Puerto Rico, Cuba y las Filipinas en 1898. Todos los autores y grandes poetas

del siglo XX, era precaria, especialmente en Andalucía, como nos narra Azorín en *La Andalucía Trágica*, de 1905. La *Semana Trágica de Barcelona*, en 1909 o la *Huelga General de 1917* agravó aún más la tensión de una sociedad ya dividida. La *Primera Guerra Mundial* o la *Revolución Rusa* de 1905 y de 1917, aún forzaron más las tensiones de los partidos obreros. Comienza una división lingüística más intensa, debido a la influencia de los movimientos regionalistas y nacionalistas, pudiendo hablar de: *castellanoparlantes vs catalanófonos, gallegoparlantes o vascoparlantes*.

Hacia los años '20, la *Restauración* y el parlamentarismo habían perdido todo prestigio, el peso de los nacionalismos de País Vasco y de Cataluña y España había ocupado militarmente puntos estratégicos del Norte y Oeste de África, iniciando la *Guerra de Marruecos*. Es en estos años cuando comienza la atomización de las Españas: *republicanos vs monárquicos; intervencionistas vs aislacionistas* (Leguineche, 1997. En relación a la *Guerra de Marruecos*); *aliadófilos vs germanófilos* (Maestro, 1989:320-332. En relación a la *Primera Guerra Mundial*); *nacionalistas vs españolistas; socialistas vs comunistas vs anarquistas; marxistas vs leninistas; burgueses vs obreros*; seguidores de *Belmonte* y seguidores de *Joselito* (Salas, 1999) o los seguidores del *Real Madrid* y los seguidores del *F.C. Barcelona* (Crolley, 2000: 304-311).

En apenas 30 años, a la caída de la *Restauración*, le siguió la *Dictadura de Primo de Rivera*, la *Dictablanda* de Dámaso Berenguer, la *II República Española* y la *Guerra Civil Española*, emparejada con la *Segunda Guerra Mundial* en la escena continental. Surgía el enfrentamiento entre *republicanos vs sublevados* que pronto se convertirán en *rojos vs nacionales, vencedores vs vencidos, maquis vs requetés...etc.*

En 1926, se publicaba la *Revista de las Españas*, de la *Unión Ibero-Americana* en Madrid. Veinte años después, veía la luz una nueva cabecera, *Diálogo de las Españas*⁴⁰.

englobados en esta generación nacen entre 1864 y 1876. Se inspiraron en la corriente de crítica del canovismo denominada regeneracionismo.

⁴⁰ Catálogo de la biblioteca del *Instituto Cervantes*

De la España de las folclóricas de la segunda parte del siglo XX, surgirá un nuevo término, la *España cañí* (en referencia a la España gitana), que daba nombre al pasodoble compuesto por Pascual Marquina Narro y estrenado en 1932 por Encarnación López Julvez, *La Argentinita*, en el *Metropolitan Opera House* de Nueva York: «Para ti, España bajo el sol andaluz,/ cuna de la raza cañí,/ donde hay que beber pa' olvidar/y ser feliz».

Es también en esta época cuando surge el término *La Otra España*, en alusión a la España en el exilio y emigrada, idea que lanzaría a la fama el grupo *Mocedades*, en 1975, con un álbum del mismo nombre. Es la España que representa a la España – republicana, principalmente - exiliada en el extranjero (Díaz Sicilia, 2003), pero también, la España del *Gastarbeiter* en Alemania (Ulrich, 2001) o de la *emigración golondrina* en Francia (Pérez Murillo, 1992).

Con la democracia, surgían otras disensiones sociales en las Españas: *franquistas vs democráticos; socialdemócratas vs democratacristianos; republicanos vs monárquicos; juancarlistas vs tradicionalistas; felipistas vs guerristas; nacionalistas vs constitucionalistas; centristas vs autonómicos; progresistas vs conservadores o europeístas vs euroescépticos*.

La *Constitución de 1978* asumía la tradición autonómica de los pueblos y de las nacionalidades hispánicas (Quesada Marco, 1987:14-15). La *España Democrática* era la *España de las Autonomías* (Vila-Sanjuán, 2009). Según la *Constitución de 1978* (artículos 143 y 151), se establecían dos formas de acceder a la autonomía de sus regiones, creando una *España de dos velocidades*: las regiones que accedieron por la *vía rápida* y las regiones que accedieron por la *vía lenta*. La constitución de los estatutos y las diferencias regionales, conformaron una España heterogénea en nomenclaturas territoriales (comunidad foral, nacionalidad histórica o comunidad autónoma) y en competencias (Aparicio, Sonia, 2005).

En el estudio llevado a cabo por la *Fundación Alternativas*⁴¹, en su *Informe Democracia 2008*⁴², concluía que la estrategia de desgaste político llevada por el Partido Popular en el periodo 2004-2008 estaba basada en la «la crispación». Motivo por el cual, la España de la primera legislatura socialista en el nuevo milenio, ha sido denominada por muchos como de la *España de la Crispación*: partidarios de la *Vieja Europa* vs partidarios del *Triángulo Atlántico*; *laicos* vs *católicos* o partidarios de la *Tª de la Conspiración* vs detractores de la *Guerra de Iraq*; a los que se le pueden sumar tantos otros como temas de debate social surgían en los medios: partidarios o detractores del *trasvase del Ebro*, a favor o en contra del *aborto*, de las *bodas entre homosexuales*, de la *eutanasia*... etc.

«Decía Azaña que si en España se callaran todos aquellos que hablan de lo que no saben, se produciría un gran silencio. Pero el ruido y la furia que asfixian – hoy - el debate público en España no proviene ahora de pontificadores ignorantes, por mucho que sigan abundando, sino de políticos que saben bien lo que pretenden. No consisten en charlatanería ni se caracterizan por la pereza intelectual, sino que son el resultado de una estrategia política calculada y racional. Las consecuencias en la vida diaria son sorprendentes: las posiciones de personas que comparten muchas cosas se han polarizado de forma extrema, el mundo se ve en blanco o negro, el diálogo se ha vuelto muy difícil» (Maravall, 2007)

En la dualidad de las Españas, surge otra opción más a considerar en 2005, cuando la *Sociedad Estatal de Gestión de la Información Turística* (SEGITUR)⁴³, crea la marca turística *La España Verde*, que engloba a las comunidades autónomas de Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco, y que pretende promocionar el norte de España en la campaña de *Turespaña* llamada: *Smile, you are in Spain*.

Precisamente, haciendo acopio de este eslogan y aprovechando el debate sobre el futuro del *Plan Hidrológico Nacional*, aprobado en 2005 en el *Congreso de los Diputados* y que preveía un trasvase del Ebro hacia el levante español, Mariano Rajoy –

⁴¹ Cabe decir, que la mencionada fundación, es de corte progresista. La *Fundación Alternativas* es un laboratorio de ideas fundada en 1997, en Madrid, pretende analizar asuntos de interés para los ciudadanos y servir de cauce de reflexión política, social, económica y cultural. La *Fundación Alternativas* tiene cuatro departamentos de estudio autónomos: *Laboratorio de Alternativas*, el *Observatorio De Política Exterior Española* (OPEX), *Estudios de Progreso* y el *Observatorio de Cultura y Comunicación* (OCC-FA).

⁴² «Informe de la Democracia 2008: La estrategia de la crispación. Derrota, pero no fracaso». Madrid: *Fundación Alternativas*. Nº: IDE 2008

⁴³ Más información en la pagina web oficial de la campaña: verdenorte.com

candidato popular a la presidencia del gobierno- afirmó que apostaba «por una *España verde*, frente a una *España Amarilla* con problemas de agua» (Peces, 2008). Esta idea, modernizaba el eterno debate climatológico y de recursos hídricos de dos Españas, basadas en los índices pluviométricos y de precipitaciones de la península: la *España Húmeda* en contraposición a la *España Seca* (Franco, 2006:194-198).

Dos Españas que se asemejan a las Españas económicas, la *España Rica* y la *España Pobre*, que se dejaron entrever explícitamente en abril de 2009, cuando en el mapa provincial español se diferenciaba abruptamente las CC.AA. con mayores y menores tasas de desempleo (Pardo, 2009) y con mejores y peores salarios⁴⁴, y que se circunscribían a la *España del Norte* y la *España del Sur* (Murillo, 2006:46-57).

Cabe hablar de las Españas en tantos otros tópicos, que en muchas ocasiones, responden a aspectos geográficos, sociales o culturales: la *España Peninsular* vs *Insular* o la *España Rural* vs la *España Cosmopolita* (Homo Urbanitas). Obviamente, a medida que nos acercamos a nuestros días y analizamos nuestro pasado, comenzamos también a hablar de la *España Moderna*, contraponiéndola a la *España Profunda* que como decía Francisco Umbral, en «la democracia natural, la de la España profunda, consiste en linchar al alcalde». La *España Profunda* se identifica con la España en la que el progreso parece no llegar, en la mayor parte de los casos, ligada al caciquismo del campo en provincias (Ávalos, 1993:134-140).

España, debido a su agitada e intensa historia, encuentra en su memoria etapas que conforman también sus Españas: la *España Imperial*, la *España Colonial*, la *España del Pucherazo*, la *España de Postguerra*, la *España de la dictadura*, la *España de la Transición*, la *España Democrática* o la *España de los GAL* y quizá, más presente en nuestro acervo actual, la *España del Pelotazo* (Aparicio, 2009) y como consecuencia de ésta, la *España del Ladrillo* (Arnaud Casalis, 2006).

Pero si hoy, el tópico de la construcción es el sambenito de España en la escena europea, como criticó la República Checa en su mural conmemorativo de la presidencia europea de enero de 2009, donde denunciaba los prejuicios y estereotipos de las

⁴⁴ «Encuesta de estructura salarial». Madrid: *Instituto Nacional de Estadística*. 6 de noviembre de 2008

identidades nacionales (Ramírez, 2009), ayer lo fue la *España de charanga y pandereta, cerrado y sacristía* que denunciaba Antonio Machado o la *España de playa y chiringuito* de nuestras costas (Herrera, 2009).

En definitiva, encontramos tantas Españas como estemos dispuestos a buscar, pero siempre parece existir un pulso entre todas sus disociaciones (Duran I Lleida, 2007):

«Entre las dos Españas, que en cada momento logran encontrar motivos de rivalidad, cabe una tercera capaz, de aceptar su diversidad y dispuesta a descubrir esa riqueza cultural, para aprovecharla y disfrutarla. Para dialogar es necesario escuchar, o sea atender a las razones del otro y tratar de compatibilizarlas con las propias»

3.1.3 El poder blando español: la *Leyenda Blanca*

Para el académico norteamericano, Joseph Nye, existe una visión que apuntaba a la fuerza militar, la capacidad económica y las potencialidades que se derivan de ellos como la expresión más genuina del poder de un Estado, es su *poder duro*. Frente a esta perspectiva, Nye habla de la popularidad de la producción artística, musical y cinematográfica de un país, su prestigio científico y educativo, su atractivo turístico, su capacidad para exportar modas y tendencias, la calidad de vida o su gastronomía, elementos cuya capacidad de movilización de voluntades sigue una línea ascendente. Se trata de una forma indirecta de ejercer el poder donde «un país puede obtener los resultados que desea porque otros países quieran seguir su estela, admirando sus valores, emulando su ejemplo, aspirando a su nivel de prosperidad y apertura», es su *poder blando* (Nye, 2003:30).

Durante demasiado tiempo, afirmaba Joseph Nye en Harvard, «los estudiosos habían prestado una atención excesiva a los aspectos del poder militar, económico y financiero, y habían ignorado la importancia de las características nacionales que permitían que determinados países hicieran amigos e influyeran en la gente mejor que otros». Sin embargo, quizá por su propia naturaleza, el poder blando era muy volátil y seguramente era más ajustable y moldeable que, por ejemplo, un declive relativo y

prolongado del poder militar y estratégico, por lo que podía disolverse con rapidez (Kennedy, 2008).

Mientras que el poder duro, se asocia normalmente con la agresividad, a través de medidas de coerción, ejercicio de fuerza y amenaza de castigo, es un término clave en muchas de las teorías de realismo político y estrategias de negociación en proyectos para la consecución de objetivos, el poder blando es el instrumento que permite conseguir tales objetivos mediante el diálogo, el convencimiento, la negociación e incluso la manipulación, vistiendo la mano de hierro con un guante de terciopelo (Nye, 2006).

Las esperanzas depositadas por algunos países en el poder blando se topan con la dura realidad de que este influjo sólo es efectivo en aquellas zonas donde menos se necesita. Sirva como un ejemplo entre tantos otros, el hecho de que en los últimos episodios de tensión política con China, una potencia en alza y en la que reside un 18% de la población mundial, el gobierno de los Estados Unidos no tuvo ninguna vía para hacer oír su voz entre 1.200 millones de personas, que sólo recibían los influjos informativos de un régimen totalitario interesado en presentar toda voz ajena como engaño y agresión (Kaufman, 2002:115-127).

De este poder blando, se derivan dos ideas principales. La primera es que las manifestaciones que se percibe en el exterior proceden de la actuación necesariamente anárquica de una sociedad que en ningún momento actúa movida por el afán consciente de conseguir atraer a otros hacia su modelo de vida. Los resultados de esta actuación son ambivalentes, algunos serán un poderoso elemento de influencia para la actuación del poder político y algunos otros serán un verdadero lastre difícilmente gestionable. La segunda, es la necesidad de integrar esta propuesta teórica con el importantísimo papel que continuarán desempeñando los ejércitos en el futuro. Sería por tanto un error minimizar el papel que desempeñarán estos en la configuración de nuestro futuro (Torres, 2005:01-14).

La Inglaterra del siglo XIX, cuya hegemonía, estuvo sustentada en elementos del poder duro como la *Royal Navy* (en el plano militar) y la *City Londinense* (en el plano económico) pero también por la inmensa capacidad de atracción que ejercían sobre el

resto del mundo las instituciones, cultura y valores de lo inglés, elementos del poder blando. La potencia hegemónica estadounidense también recurrió a recursos del poder blando al difundir su *American Way of Life* a escala mundial, a través de sus *think tanks* (Iglesias, 2008:106-112).

El integrismo islámico ha confirmado la influencia creciente de los valores culturales en la escena internacional. La diplomacia cultural española tiene su propia experiencia, desarrollada principalmente a través de las actividades del *Instituto Cervantes*, una muestra del poder blando español: el interés por aprender nuestro idioma, compartiendo su enseñanza con otros países latinoamericanos pero sin perder el protagonismo que nos corresponde. Es importante también considerar que el español empieza a ser necesario para las relaciones comerciales y que la demanda para aprenderlo procede de públicos con capacidad de decisión económica. Hay iniciativas de carácter académico o de cooperación. Es interesante el esfuerzo por definir el contenido de esa diplomacia cultural: qué es lo que caracteriza nuestra nación, qué es lo común por encima de la variedad (Laporte, 2006).

Mientras el *Instituto Cervantes* fue creado en 1991, la *Alliance Française*, fue fundada en 1889. Pese a ello, el español avanza rápidamente en el mundo, hasta el punto de que según *The Economist*, «el mundo comprenderá dentro de poco que globalización es una palabra española». En *Silicon Valley* se disputan a los universitarios que hablan español, la televisión estatal china ha lanzado un canal en español para impulsar el aprendizaje de la lengua y el «hola», «vale», «nena» y algunos tacos, están siendo utilizados por los jóvenes noruegos (Barbería, 2006).

En los países de habla inglesa y en España el negocio que hay detrás del aprendizaje de las lenguas, es capital. En España, el número de estudiantes que se desplazan a nuestro país con el ánimo de aprender o perfeccionar su español no ha cesado de crecer en los últimos quince años. Hoy España recibe entre 160.000 y 180.000 estudiantes de español que se reparten en unas trescientas escuelas, universidades e instituciones que brindan este tipo de enseñanza. Esta vitalidad de la demanda del español como lengua extranjera ofrece un saldo de 370 millones de euros de facturación para el sector y un volumen de empleo de 6.000 puestos de trabajo que se duplican en los meses de verano. Pero la internacionalización del sector de los servicios

educativos también es importante en el campo de la enseñanza en español, como demuestra la competitividad de nuestras escuelas de negocio (Bosch, 2007:18).

IESE e *Instituto de Empresa* fueron elegidas en 2009 como la tercera y la décima escuelas de negocios en formación para directivos del mundo, según el ranking «Financial Times Executive Education 2009». Del mismo modo, la española *ESADE* ocupaba la vigésima posición del listado. En cuanto a la categoría de «custom programs providers» -programas diseñados específicamente para las empresas-, el *IESE* ocupaba el sexto puesto de la clasificación, mejorado tres puestos respecto a 2008, y seguido de cerca por *ESADE*, que asciende desde el puesto 25 al número 8 de la clasificación⁴⁵.

En esta segunda categoría, *IE* acapara la vigésimo octava posición del ranking, mejorando en 13 posiciones su anterior aparición. En el puesto 57 se encuentra otra escuela española, *Eada*, que escala dos puestos con respecto al año 2008.

La cultura puede constituir un factor estratégico de primer orden, potencialmente el más influyente, por su versatilidad y plasticidad actúa en los ámbitos del discernimiento y de las conductas, allí donde se forjan las consciencias y las convicciones. Esta nueva forma de gobernanza global es considerada como un multilateralismo complejo (O'Brien, 2000: Capítulo VI).

En el sector editorial, según un estudio publicado por la *New York Times Book Review*, en el año 2006, entre los 10 libros más vendidos en el mundo había tres de españoles: *La Catedral del Mar* de Ildefonso Falcones (4º puesto), *La Sombra del Viento* de Carlos Ruiz Zafón (5º puesto) y *El Pintor de Batallas* de Arturo Pérez-Reverte (8º puesto) (Bosch, 2007:25).

La acción cultural ofrece a la política exterior una oportunidad por encima del peso específico nacional que determina la potencia económica o militar. Una labor eficaz que inspire simpatía y logre que se identifiquen ciertos valores universales como propios de un país. Los *Congresos de la Lengua Española* reúnen a jefes de Estado, académicos, escritores y personalidades culturales, educativos o sociales que celebran

⁴⁵ Ranking online de *Financial Times*, visto el 5 de abril de 2008:
<http://rankings.ft.com/businessschoolrankings/global-mba-rankings>

(«no existe en el mundo otra lengua tan celebrada», escribió Augusto Monterroso) de manera solemne la expansión de la lengua en la que dicen sus discursos. El valor conjunto de los usos de relevancia económica del español en torno a los 90.000 millones de euros anuales, lo que supone cerca del 15% del PIB nacional (Íñiguez, 2006:05-10).

A estos fines sirve, de un modo estructurado, el modelo de los institutos culturales como la *Alianza Francesa*, el *British Council*, el *Instituto Goethe* y en el caso de España, el *Instituto Cervantes*. Estas instituciones proporcionan un aprendizaje de las lenguas, desarrollan bibliotecas especializadas en el multimedia, financian seminarios y exposiciones de arte o de tecnologías, pasan películas, aconsejan a los estudiantes extranjeros que desean venir a estudiar en sus países, y de una manera general, dan a conocer la realidad global de su propio país, otorgando la importancia debida a la economía. El poder intangible, sin embargo, no es el monopolio de los estados. El poder intangible no es un poder basado en el interés económico o en la compra de favores, como ocurre a menudo con el poder económico (Djian, 2004:28).

La diplomacia cultural española, está marcada por sus lazos estrechos con el mundo iberoamericano e hispanohablante, que tiene su momento de mayor influencia en las *Cumbres de Jefes de Estado Iberoamericanos* cada año. Una de sus plataformas institucionales más importantes es la *Organización de Estados Iberoamericanos* (OEI) y la *Agencia Española de Cooperación Internacional* (AECI), que cuenta con la red de *Institutos Cervantes*, creados a partir de 1992, y que cuenta ahora con 60 sedes en 38 países. La promoción del idioma español no sólo tiene beneficios en el plano de la política exterior, sino también en el plano económico, con las diversas industrias relacionadas al idioma y la cultura española, que generan un estimado de 15% del PIB español y emplean un millón de personas (Montiel, 2009: 01-23).

De un tiempo a esta parte, el tema de la imagen país ha cobrado enorme auge en los medios diplomáticos y en muchos otros más. Entre otras cosas, porque vivimos un mundo cada vez más comunicado y también, de cierta manera, cada vez más homogéneo y globalizado, donde cada país necesita identificarse y ofrecerse en lo que tiene de único y distinto. La imagen internacional de un país se gestiona ahora de una forma muy diferente a como se hizo en el pasado. En boca de la exministra de Cultura, Carmen Calvo (2006):

«Hoy en día, la cultura es una parte importante de las economías desarrolladas y cuanto mayor es su nivel de desarrollo cobra aún mayor importancia. Se necesita la cultura como parte integrante del desarrollo, con por lo menos el 10% del presupuesto asignado al desarrollo, unido a la diplomacia cultural».

Si se puede hablar de España como potencia cultural, hay que subrayar que no lo sería sin la contribución de América Latina. Y si se puede decir que España es percibida en el exterior como una potencia, también lo es por el papel de América Latina. Una parte importante del poder duro de España, sus recursos económicos y militares, se debe, y se deberá aún más, a América Latina. La deuda de España con América Latina todavía es mayor cuando se considera el *poder blando* español, es decir, los factores que la hacen atractiva en el exterior. Si España realmente quiere empezar a dialogar de igual a igual con América Latina, le urge reconocer que precisamente le debe a dicha región, y al hecho de pertenecer a la *Comunidad Iberoamericana de Naciones*, buena parte de su poder blando y su buena imagen en el mundo (Noya, 2008).

En los últimos años, España ha aumentado su presencia en América Latina en todos los frentes, del diplomático al empresarial. Al mismo tiempo, la región ha vivido un profundo cambio económico y político marcado por el crecimiento económico y el giro a la izquierda. Como resultado de estas transformaciones ha surgido una nueva imagen de España en la región, que sin duda es la mejor que ha tenido en quinientos años. Sin embargo, aunque es más positiva en algunos aspectos, no carece de sombras, algunas proyectadas por el pasado colonial, y otras, resultado de las nuevas realidades como la inversión española o las políticas migratorias de la *Unión Europea* (Noya, 2009: Capítulo X).

España, como ningún otro país del continente, posee media docena de fundaciones con fondos patrimoniales comparables a los mayores y más prestigiosos *think-tanks* de Estados Unidos, es decir instituciones cuyos presupuestos anuales se alimentan de recursos colocados en las bolsas de valores o de montos de cuyos intereses se desprenden los presupuestos anuales. Fundaciones como las del *BBVA*, *la Caixa*, *Santander*, *Telefónica*, *Ramón Areces*, *Rafael del Pino* o *Barrié de la Maza* disponen todas ellas de fondos patrimoniales que no tienen nada que envidiar a los 200 millones

de dólares de la *Brookings* o del *Carnegie Endowment en Washington*. España puede desarrollar un *think-tank* con autonomía financiera, con *endowment* y no con presupuestos anualizados. Con ello se convertiría en el interlocutor definitivo de América Latina en Europa, pero también de Estados Unidos sobre temas de mercados emergentes (Santiso, 2007:102).

Davis (1990) adelantaba hace dos décadas el contrato con la sociedad que actúa como la ley de hierro de la responsabilidad, «la sociedad concede legitimidad y poder a la empresa. En el largo plazo, aquellos que no usan este poder de un modo que la sociedad considera responsable tienden a perderlo» (García-Marzá, 2004). Los recientes acontecimientos internacionales vienen a confirmar esta ley de hierro, las expectativas en los *stakeholders*. Si la sociedad, la opinión pública formada a través de estos diferentes grupos de intereses, percibe, responde y satisface sus expectativas, engendra la confianza necesaria otorgando el crédito suficiente (Navarro, 2007:05).

a) Transición política como modelo internacional

Afirmaba Ortega que si España se considerase fuera de Europa, dejaría de ser un problema filosófico, y se convertiría, a lo sumo, en un problema económico, técnico o administrativo. «Regeneración es europeización, el medio de satisfacerlo [...] verdaderamente se vio claro desde un principio que España era el problema y Europa la solución». Los gobiernos de Franco, y de después de Franco, los gobiernos de la transición y los gobiernos democráticos socialista y popular, han tenido esta idea en cuenta y recíprocamente. Dado que el problema radical de España consiste, según Ortega, en su apartamiento de Europa, el apartamiento de España de Europa sería que España es el problema (Bueno, 2002:11-22).

La transición, se ha descrito como un proceso político y cultural que se desarrolla a partir del asesinato del almirante Luis Carrero Blanco en diciembre de 1973, o bien desde la realidad de la muerte de Franco el 20 de noviembre de 1975; y ya se considere este proceso terminado en 1981, una vez confirmado el estado democrático por el rey Juan Carlos a raíz del fallido golpe de estado del teniente coronel Antonio

Tejero, o bien a partir de las elecciones democráticas de 1982, o incluso a partir de la firma del *Tratado de Maastricht*, en 1993, que explicita de forma definitiva la entrada del Estado español en el círculo económico de la Unión Europea (Vilarós, 2001:33).

La cúpula dirigente del franquismo advirtió el retraso español con relación a otros países de la cuenca mediterránea e inició un cauteloso proceso de apertura al exterior que rápidamente empezó a mostrar resultados. Al principio, sólo se trató de no estorbar a las fuerzas productivas, pero en 1957 se produjo un giro ideológico al salir del gobierno los ministros falangistas del campo económico y entrar los tecnócratas vinculados al Opus Dei, distanciados del pensamiento fascista. Dos años más tarde, se creará el *Plan de Estabilización y Liberalización* que profundiza los lazos con el exterior: España se abre al mercado y reduce el papel dirigista del estado, comenzando a mirar a la Europa democrática y a copiar su modelo de conducción económica. El PIB por habitante pasa del 58.3 % de la media de Europa occidental al 79.2% en los primeros años de la transición. Comenzaba el «milagro español» (Alberto, 2004:10).

El economista Joaquín Estefanía (1998), afirmaba que:

«El mismo año (1957) que Franco cambia de consejo de ministros, se firma el *Tratado de Roma*, que consagra el mercado común de los seis países pioneros [...] Pocos meses después, y con el aval del embajador de Estados Unidos en Madrid, John David Lodge, nuestro país ingresa en el *Fondo Monetario Internacional*, en el *Banco Mundial*, y en la *Organización Europea de Cooperación Económica* (OECE, antecedente de la OCDE). En 1959, la OECE daba a luz su primer informe sobre la economía española, en la que se pedía una estabilización».

Según el presidente estadounidense Kissinger, en España, los EEUU habían tenido que elegir entre «condenar al ostracismo al régimen existente o trabajar con él a la vez que extendíamos nuestros contactos y por lo tanto, nuestra influencia de cara al posfranquismo». De hecho, el presidente Richard Nixon mostró un interés creciente por España a lo largo de su mandato (1968- 1974), sobre todo a raíz de su visita a Madrid en octubre de 1970, y a pesar de que entonces «la transición posfranquista era un tema excesivamente delicado incluso para la alusión más oblicua» (Walters, 1978:551).

Para España, la joven CE suspuso un complejo sistema de incentivos y garantías a medio y largo plazo tendentes a favorecer la democratización. Por un lado, la existencia de un veto político a la plena incorporación tuvo consecuencias importantes para el propio régimen. A finales de los años sesenta y principios de los setenta, la existencia de dicho veto influyó en el ánimo de elementos de la sociedad española que habían tolerado o incluso apoyado al régimen, y que empezaban a ver en la continuidad del mismo un obstáculo para la realización de sus aspiraciones. La literatura reformista de la época 1969-75, y sobre todo, la producida a partir del asesinato de Carrero Blanco, proporcionaron numerosos testimonios en éste sentido (Walters, 1978:551).

Con el proceso de reforma política española de 1977, conjunto de modificaciones las *Leyes Fundamentales del Reino*, de carácter autoritario, se pretendía encauzar el estado hacia una constitución, que convertía a España en un estado social y democrático de Derecho. El *Parlamento Europeo* mostró un interés creciente por la situación política española a partir del asesinato de Carrero Blanco. En marzo de 1974, a raíz de la ejecución de Puig Antich y la amenaza de expulsión contra el obispo de Bilbao por parte del gobierno Arias, el *Parlamento*, tras un agitado debate, advirtió formalmente al gobierno español que la repetida violación de los derechos humanos y la falta de respeto hacia las minorías constituían un obstáculo para el acceso de España a la CE⁴⁶.

El Rey Don Juan Carlos, ha recordado siempre la vocación europea de España a lo largo de su historia y ha alentado su proceso de incorporación a las *Comunidades Europeas*. La importancia de la Unión Europea en el mundo contemporáneo y en particular en las áreas que le son afines, incluida Iberoamérica, ha sido subrayada por el Rey en numerosos mensajes⁴⁷.

La transición española se enfrentó principalmente a dos problemas, uno de tipo económico, derivado de la crisis del petróleo de 1973 y otro de tipo político, derivado de la vertebración de España tras la muerte del dictador en 1975. Ante estos peligros, gobierno, oposición, sindicatos y patronal moderaron sus respectivas demandas y el país

⁴⁶ *Debates of the European Parliament*. Parlamento Europeo. Pleno del 13 y 14 de marzo de 1974

⁴⁷ «La función de estadista» en *Web Oficial de la Casa Real*: http://www.casareal.es/sm_rey/index-ides-idweb.html (recurso electrónico visto el 16 de mayo de 2007)

respiró aliviado gracias a los *Pactos de la Moncloa de 1977*⁴⁸ y a la *Constitución de 1978*, que inauguraba el *café para todos* de Suárez, pasando, de la España unida de Franco, a una España casi federada, formada por entidades autónomas que, de manera creciente, asumían el control y la gestión del gobierno local. Con ambas estrategias se aceleraba el milagro español (Montaner, 2004:17).

Nuestro presente es como es porque la transición fue lo que fue y como fue. Por ello sobre la transición hay grandes partidarios y grandes detractores: pacto de silencio, transición inacabada, apuesta por el consenso y la convivencia. En 1975, España vivía en la anormalidad de ser excepción en el contexto de las democracias europeas. Los políticos del franquismo y antifranquismo coincidieron entonces, y a grandes rasgos, en la imperiosa necesidad de extinguir la excepcionalidad y acabar con lo anormal. Esa fue la primera intención y voluntad de llevar a cabo una transición a la democracia, transición que hoy en día, se perfila como el mito fundacional de la sociedad española contemporánea (Colomer, 2007).

La *Transición Española* no fue una transición cualquiera: se trataba de un país grande del occidente de Europa, en gran parte desarrollado al nivel occidental, que ya contaba con casi todos los prerequisites. Fue un caso especial. Durante la *Década Maravillosa* - de 1975 a 1985 -, el estudio serio de la política española y su sistema institucional se puso de moda en Estados Unidos por única vez en toda la historia contemporánea. Se formó así una especie de circo viajante compuesto por un reducido grupo de hispanistas que viajaban durante varios años de ciudad en ciudad, o de una universidad a otra, presentando el mismo coloquio, con ligeras variaciones, de supuestos expertos que trataban de explicar el proceso de la democratización (Payne, 2003:165).

Entrados en los '80 y una vez que la *Constitución de 1978* comenzaba a andar, Leopoldo Calvo Sotelo sustituyó a Adolfo Suárez en la presidencia del gobierno como parte del juego democrático recién instaurado. Sin embargo, el 23 de febrero de 1981,

⁴⁸ Los *Pactos de la Moncloa* fueron los acuerdos firmados en el *Palacio de la Moncloa* durante la transición española el 25 de octubre de 1977 entre el Gobierno de España de la legislatura constituyente, presidido por Adolfo Suárez, los principales partidos políticos con representación parlamentaria en el *Congreso de los Diputados* y las asociaciones empresariales y el sindicato *Comisiones Obreras*, con el objetivo de procurar la estabilización del proceso de transición al sistema democrático, así como adoptar una política económica que contuviera una inflación que alcanzaba el 47%

durante la ceremonia de investidura se produjo el golpe militar, último coletazo del franquismo. Este grave incidente, aceleró la decisión de ingresar en la OTAN, ya que la alianza no sólo servía para enfrentarse colectivamente a la amenaza soviética, sino que también era una útil herramienta para encerrar a los militares dentro de una superestructura castrense en la que no se toleraban comportamientos antidemocráticos (Montaner, 2004:18).

En ese mismo año (1982), el socialista Felipe González se alzaba con la presidencia del gobierno español. Comenzaba la época socialista, que terminaría catorce años después y que Alfonso Guerra, entonces, vicepresidente del gobierno, bien resumió al afirmar que «el día en que nos vayamos, a España no la va a conocer ni la madre que la parió». La derecha reformista había transmitido la autoridad pacíficamente a una izquierda que no pretendía cambiar el modelo de Estado, sino perfeccionarlo y gobernar acertadamente. La clase dirigente había llegado a un consenso sobre cómo debía administrarse el país, nacía el mito del modelo de la transición española como ejemplo internacional (Núñez de Prado, 1995:195-211).

La transición española ha concluido, al superar la prueba de la alternancia, sin traumas. Es una realidad que puede alentar las esperanzas de otros países. Aunque hayamos tenido sobresaltos y sigamos agredidos por un terrorismo que es internacional por sus bases y por sus objetivos. España ha contado con ventajas para llevar a cabo su transición. El recuerdo de la *Guerra Civil* había unido a los españoles en el deseo de convivir en libertad sin volver a las andadas. En España (como también en Portugal y en Grecia) había una estructura estatal en funcionamiento y para establecer la democracia no fue necesario un golpe de estado sino un golpe de timón (Durán Lóriga, 2001:05).

En este sentido, se celebró en Madrid la *Conferencia sobre Transición y Consolidación Democráticas* (CTCD), del 19 al 27 de octubre de 2001, organizada de manera conjunta por la *Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior* (FRIDE) y la *Gorbachev Foundation of North America* (GFNA). El objetivo de la conferencia era contribuir al reforzamiento de la democracia en el mundo promoviendo un debate en profundidad sobre los retos y dificultades a los que se enfrentan las democracias en proceso de transición o consolidación y proponiendo soluciones viables para resolverlos. Tras la conferencia del *Club de Madrid*, se concluyó

que ocho eran los mitos que permitieron una *Transición Española* óptima (Domínguez, 2002:02):

- La transición se basó en la reconciliación de los bandos enfrentados durante la guerra civil.
- El consenso entre las fuerzas políticas
- La monarquía es un elemento de moderación escogido por los españoles
- La división de poderes garantizó la implantación del Estado de derecho
- La descentralización acercó el poder a los ciudadanos y resolvió el problema de las identidades periféricas.
- El establecimiento de un sistema de partidos garantizó la pluralidad
- La Constitución no está ligada a un sistema productivo concreto
- La libertad de prensa es una garantía de pluralismo

El caso español parece confirmar la hipótesis de Lawrence Whitehead, *Catedrático de Ciencia Política del Nuffield College*, en la *Universidad de Oxford* (O'Donnell, 1994: Capítulo II), en el sentido de que las transiciones con mayores probabilidades de éxito son aquellas que no plantean una amenaza al sistema imperante de alianzas, así como las que tienden a preservar o fortalecer los lazos políticos y económicos con la potencia dominante. En 1975, España pertenecía al sistema económico y defensivo occidental. La ausencia de una amenaza seria al sistema de relaciones existente, junto con la distensión que en aquellos momentos se vivía a nivel mundial, permitieron a los actores nacionales un margen de maniobra muy amplio (T. Powell, 1994:37-64).

En 2009, el ministro de *Asuntos Exteriores*, Miguel Ángel Moratinos, durante el acto de presentación el *Plan Asia Pacífico III* (2008-2012) celebrado en la sede del *Instituto Cervantes* en Madrid, ofreció - a los embajadores asiáticos presentes - el modelo político español usado durante la transición a aquellos países que se encontraran precisamente en transición hacia la democracia, así como el liderazgo de acciones en defensa de los derechos humanos, como la abolición de la pena de muerte (MAEC, 2009:1-4).

En este mismo año, el *Comité de Derechos Humanos de la Organización de Naciones Unidas* - comité que vigila el cumplimiento del *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos* - pidió al gobierno español que suspendiera la *Ley de*

Amnistía aprobada por el Parlamento en 1977 para que los tribunales pudiesen perseguir, sin impedimento legal, los crímenes del franquismo. Ante esta petición y con una contundencia poco habitual en diplomacia, el gobierno español contestó a esa recomendación con un duro informe en el que lamentaba que el comité se hubiera metido en un asunto que desconocía y al que recordaba que dicha ley – que no sería derogada - fue uno de los pilares del proceso democratizador en España (Sáiz-Pardo, 2009):

«La citada ley fue una demanda de toda la oposición democrática y fue una de las primeras leyes aprobadas por consenso por las mismas Cortes que aprobaron la Constitución de 1978 [...] Además, no sólo la sociedad española, sino también la opinión pública mundial, es conocedora y ha respaldado siempre el proceso de transición en España que fue posible, en parte, gracias a dicha ley [...] el estado español quisiera resaltar que el comité está descalificando una decisión respaldada por toda la sociedad y que contribuyó a la transición a la democracia»

Sin embargo, estos éxitos en política interna e internacional, no se vieron agraciados con un motor literario que los acompañase. En el mundo de la literatura, el causante del auge por las letras hispánicas en los países europeos de la segunda mitad del siglo XX no fue la literatura española contemporánea, sino el boom de la novela latinoamericana la que hizo que muchos alemanes, franceses e italianos se interesasen y aficionasen por la literatura hispana. Admitiendo que los Cortázar, García Márquez y Vargas Llosa han atraído más lectores hacia la literatura hispana que los autores españoles, aunque éstos ahora ya tengan más reconocimiento internacional, de nuevo probablemente gracias al camino abierto por las letras latinoamericanas (Noya, 2008).



En el mundo del deporte, en 1982, se celebró en Barcelona la *Copa del Mundial de Fútbol* - del 13 de junio al 11 de julio – cuya mascota, *Naranjito*, emitía al mundo los principios y valores de una democracia joven que quería hacer las cosas bien. En boca de José María Martín Pacheco, creativo de la mascota, «vi las naranjas y me pregunté, ¿por qué no?, quería evitar lo del toro y la pandereta como mascota del Mundial (Martínez, 2007).

Naranjito fue tildado de «mamarracho, adefesio, engendro, monstruo, espantajo, bodrio, enano franquista infiltrado, futbolista climatérico vestido de *Obispo del Palmar*

de Troya (Rosa Montero), aberración gráfica, enemigo público número uno que debe ser suprimido, aniquilado y enterrado (Juan Benet dixit) y hasta le achacaron que por su culpa España padecería «un mundial macarra, de apelonamiento en la zona central, ridículo, cutre». Parecía que *Naranjito* jamás sería nada en la vida. Subdesarrollado, denostado, acuchillado por las plumas progresistas, su existencia se abocaba a pasear en círculos por los sótanos más infames de la memoria de España⁴⁹.

Unos años después, en 1986, se celebraba en España el *X Mundial de Baloncesto – Mundobasket*. España, se licenció con el *Mundial de Fútbol de 1982* en organización deportiva y se doctoró cum laude diez años después en los *Juegos Olímpicos de Barcelona'92*, que siguen siendo referencia mundial. La *XII Copa del Mundo de Fútbol* fue la primera que acogió a 24 equipos, un aumento del 50 % de los participantes. También fue el primer *Mundial* que se retransmitió íntegramente vía satélite a todo el planeta y en el que se concedieron los premios del *Balón de oro* y la *Bota de oro* al mejor jugador y máximo goleador, respectivamente. La prueba irrefutable del éxito es que ahora Los recuerdos son todos positivos (Molinelli, 2007).

b) De la Comunidad Europea a 1992

El papel que las infraestructuras o capital público productivo han jugado en el crecimiento económico español y han recibido una atención muy considerable desde finales de la década de 1980. El valor de la elasticidad, la mayor o menor productividad o la existencia de efectos desbordamiento (*spillover*) de las dotaciones de capital público entre distintos territorios, han sido una idea capital en el desarrollo de España durante la última parte del siglo XX. Existe una doble vía por la cual las infraestructuras inciden en la producción de las regiones: influyendo en la productividad y condicionando su eficiencia, comprobándose la relevancia de la ratio de composición del capital de la economía, controlado por nivel de capital y superficie, como determinante de esa eficiencia (Rodríguez-Vález, 2004:02-25).

⁴⁹ «Naranjito sigue vivo 25 años después de su mundial». Madrid: *Diario de El Mundo*. 17 de junio de 2007

La construcción de infraestructuras ha tenido un doble efecto sobre la producción nacional. Por un lado, durante la fase de obras se han producido impactos de demanda de tipo keynesiano, por la movilización de factores productivos y los efectos multiplicadores asociados. Los impactos más interesantes ha sido los de medio y largo plazo: los aumentos de productividad que las infraestructuras aportan a la economía. Este notable esfuerzo inversor, realizado con ayuda de fondos europeos desde 1986, ha permitido el desarrollo de una red de comunicaciones moderna y eficiente que ha contribuido al crecimiento económico del país (Nombela, 2005).

En general, la extensa literatura empírica que ha emergido desde el trabajo de Aschauer (Aschauer; 1989:177-200), ha concluido que las infraestructuras tienen un papel significativo como potenciadoras de la productividad agregada. Las diferencias observadas entre la renta per capita de los países o regiones económicas pueden ser explicadas por las diferencias en las dotaciones del stock de infraestructuras. El impacto de la dotación de infraestructuras públicas en la productividad de las regiones españolas depende negativamente de la extensión del territorio sobre la que se distribuye, lo que indica la necesidad de reformular el papel que las infraestructuras públicas juegan en la determinación de la producción agregada (Alonso-Carrera, 2003:09).

Años después de la publicación de la obra de Aschauer (1989) y tiempo después desde que se ofrecieran por primera vez estimaciones específicas con la economía española, dos conclusiones han emanado de la literatura científica: que las infraestructuras públicas tienen un efecto positivo sobre el crecimiento de las economías y que su importancia cuantitativa es reducida, muy lejos de la elasticidad de 0.39 estimada inicialmente por Aschauer (Mas, 2002:01-31).

Por su parte, la evolución de la política exterior y de defensa española en las dos últimas décadas ha estado estrechamente vinculada al desarrollo de la *Política Exterior y de Seguridad Común* (PESC) y a la integración de España en la OTAN. La europeización de la política exterior de España ha sido muy pronunciada, no sólo en lo que respecta a sus áreas de intereses tradicionales, sino también en relación a nuevas áreas de política exterior dónde está afianzando sus compromisos internacionales. España ha promovido con éxito una política europea para América Latina y para el

Mediterráneo, al tiempo que ha hecho suyos los intereses internacionales de otros miembros de la Unión en otras regiones del mundo (Piedrafita, 2007).

España como modelo de convergencia europea

Con la entrada en las *Comunidades Europeas* en 1986, se puso fin a la marginación secular de España respecto a Europa y se inició una política activa de europeización, no sólo económica sino también socio-política, al tiempo que, se intensificaba la presencia y visibilidad de España en el mundo. La incorporación de España a la *Unión Económica y Monetaria* en 1998 remataría el éxito del proceso de integración. La adhesión de España a la CE en 1986 supuso la culminación del proceso de democratización iniciado una década antes, tras la muerte de Franco en noviembre de 1975 (Piedrafita, 2007).

La inmersión española en el proyecto europeo también ha sido – como en el caso de la transición política - un modelo a seguir en la escena internacional. Polonia es un buen ejemplo de esta percepción. La comisaria polaca Danuta Hübner, responsable de *Política Regional*, afirmó que «Polonia partía de una renta per cápita muy inferior a la que tenía España en 1986. No obstante, estoy convencida de que tenemos mucho que aprender de los españoles en cuanto al uso inteligente y eficaz de las oportunidades que ofrece la integración europea». Y así, concluía que «España ha sido el modelo de referencia para la docena de países que se han incorporado a la UE desde 2004 [...] El éxito español se ha valorado mucho más desde fuera que en nuestro país. Todos quieren hacer como España» (Missé, 2007).

España, ha sido junto a Irlanda, el país que ha utilizado con mayor efectividad las transferencias europeas. Desde 1986, España ha recibido un total de 78.131 millones de euros a precios corrientes de la UE en términos netos (aportaciones menos recepciones). Esto representa aproximadamente el 0,8% del PIB español cada año (si se mide en euros de 2004, la cifra neta total asciende a 93.350 millones en euros). Estas transferencias han sido fundamentales para transformar la economía española, ya que han permitido financiar un gran número infraestructuras y proyectos de cohesión social

y regional que han complementado al importante esfuerzo de modernización y construcción del *Estado del Bienestar* que han llevado a cabo los distintos gobiernos (Piedrafita, 2006:22).

Es un hecho evidente que el esfuerzo realizado desde principios de los años ochenta por las diferentes administraciones públicas y gobiernos, ha posibilitado que ya no se pueda hablar en España de una escasez endémica de infraestructuras, como sí era el caso en los años setenta y en décadas anteriores (De La Fuente, 1996:5-63). En España no se deberían llevar a cabo grandes planes generales de dotación de infraestructuras, por ejemplo de transportes, sino que se deberían llevar a cabo análisis coste-beneficio de proyectos concretos. En general, la idea es que se trata más de mejorar el uso de determinadas redes, por ejemplo descongestionándolas, que de ampliarlas (Boscá, 2004:32).

En el contexto del *Estado de las Autonomías*, ha resultado menester tratar de impulsar la concreción de un modelo de planificación económica regional ciertamente adaptada a las potencialidades endógenas de cada territorio. En este sentido, el ejercicio de la planificación económica regional se ha erigido en una pieza clave capaz de lograr una eficiente vertebración del territorio regional a considerar. Por un lado, este modelo de política económica ha concentrado entorno a sí un amplio elenco de políticas sectoriales activas destinadas todas a fomentar la dinamización del aparato productivo regional (Díaz, 1999:15-35).

La dotación de capital público – infraestructuras - propuesto a de ser ejecutado en materia de infraestructuras productivas básicas repercute de manera diáfana en la dinamización de las potencialidades económicas. Este esfuerzo inversor concluye por repercutir en la génesis de un buen nutrido número de externalidades positivas (Díaz, 2003:245-246). Sin embargo, los indicadores de densidad a escala nacional indican un estancamiento de la red ferroviaria española, con un ligero aumento en el caso del indicador de superficie en algunas comunidades, que se refleja en el indicador nacional, mientras el indicador por población nos señala una fuerte disminución excepto en la comunidad aragonesa. La conclusión es que la dotación ferroviaria española está disminuyendo en los últimos años a favor de la red viaria (Jaén, 2006:26-39).

En esta línea, el hecho de que las infraestructuras existentes en una región, sirvan para mejorar las comunicaciones de las regiones limítrofes, explica que la propia realización de infraestructuras productivas provoque un impacto de demanda en la economía, además de en los beneficios que éstas infraestructuras reportan a los individuos, en el caso de las infraestructuras sociales, aunque su construcción también provoque un impacto en demanda en la economía, los beneficios que reportan a los ciudadanos, son beneficios futuros, como por ejemplo que los individuos puedan seguir produciendo, gracias a los avances en la medicina, y que puedan llegar a puestos de mayor responsabilidad, gracias a su mayor nivel educativo. Además, la mayoría del gasto en capital público social es gasto corriente por lo que no se recoge en la partida stock de capital público social (Gómez, 2003:01-32).

En el comercio, con otros países, dado el proceso de globalización, es importante la inversión en infraestructuras para ser competitivos, incluyendo la del sector transporte como un recurso que facilita los intercambios, conllevando a que el intercambio de mercancías que lo requieren puedan finalmente intercambiarse o no. En este sentido, Vickerman (Vickerman, 2001:115-139), establecía que las infraestructuras en una economía son esenciales para realizar el intercambio entre países; las infraestructuras son un activo social y económico vital que estructura el espacio, determina la movilidad e influencia los flujos comerciales así como las localizaciones industriales y residenciales.

Para las nuevas actividades urbano-industriales y de servicio, la calidad de infraestructura de transporte y el servicio público de transporte afecta a las decisiones de ubicación, la eficiencia del mercado de trabajo y los costes a los que se obtiene el trabajo. El desarrollo económico se incrementa con el comercio donde a su vez, el proceso de desarrollo genera una demanda creciente de transporte para dar acceso físico a mercados cada vez más extensos para productos y materias primas (García, 2007:61-77).

De este modo, se constata que uno de los ejes de la modernización de la economía española, ha sido la mejora de las infraestructuras de transporte, que han permitido mejorar las comunicaciones, reducir los costes de transporte y abaratar los precios de los bienes y servicios. Gracias a la inversión pública y a los fondos

provenientes de la UE, el número de kilómetros de autopistas y autovías se ha multiplicado por 5 entre 1986 y 2006. Este incremento ha supuesto que el porcentaje de autopistas y autovías sobre el total de carreteras haya pasado del 1% en 1985 al 6% en 2002 (Piedraita, 2006:42).

La relación existente entre infraestructuras y crecimiento económico, en relación a los *Fondos Estructurales Europeos* han contribuido de forma considerable al proceso de crecimiento de la producción experimentado en España desde mediados de los '80, por lo que la continuidad en la percepción de los mismos pasa por ser un elemento clave en su futuro (Olivera, 2006: 46-51).

Mientras la realización de infraestructuras productivas ha provocado un impacto de demanda en la economía, además de los beneficios que éstas otorgan a los individuos, también nos encontramos con los beneficios que un buen servicio de educación reporta a largo plazo. Lo mismo ocurre con las inversiones en sanidad, la propia construcción de hospitales tiene un impacto positivo en el crecimiento de la renta, pero los beneficios para la economía del conjunto de estas inversiones, son beneficios futuros, como el que los agentes puedan seguir produciendo gracias a los avances de la medicina, que permiten curar en el tiempo determinadas enfermedades (Gómez, 2003: 01-32).

Las infraestructuras públicas económicas, además del efecto también tienen un efecto indirecto significativo mediante su posible impacto positivo en la acumulación de capital humano. Las mejoras de las comunicaciones entre el centro y la periferia permitirían a ésta beneficiarse de la mayor dotación de capital humano de aquella. Por ejemplo, un tren de alta velocidad facilita que un ciudadano gallego pueda disfrutar de la mayor oferta de ocio, de educación o de sanidad que presenta Madrid. Esto exigiría la modelización expresa de la acumulación de capital humano para recoger, además del gasto público social, ese flujo de externalidades entre el centro y la periferia. Este flujo dependería positivamente de la dotación de infraestructuras y negativamente de la distancia entre las dos situaciones geográficas (Alonso-Carrera, 2004: 01-22).

La construcción del eje ferroviario Madrid-Sevilla (1992) como primera línea de alta velocidad en España fue un ambicioso proyecto que algunos lo calificaron de

despilfarro del gasto público, y ejemplo del máximo exponente de una inversión errada en términos de cohesión territorial. Dieciocho años después, casi 49 millones de viajeros han utilizado la línea y lo han hecho porque confían en un modo de transporte que no solamente es el más seguro, ya que en todo este tiempo no ha habido ni un solo accidente de relevancia, sino que, además, es el más fiable, con más de un 99% de trenes que han llegado puntuales y sin novedad a su destino (Blanco, 2009).

En este sentido, en 2009, Polonia tomó también el ejemplo de planificación de la alta velocidad española para la construcción de la ampliación ferroviaria de su país. «Polonia quiere aprender de la experiencia española y atraer a los empresarios del sector para que aporten su saber hacer en el desarrollo de las infraestructuras polacas. La industria ferroviaria española puede estar gracias al plan director de infraestructuras que España puso en práctica durante los años ochenta y continuó durante los noventa, fue el motor del florecimiento de una industria de alta tecnología, líder a nivel mundial» (Fúster, 2009).

El diario británico *The Times* se hizo eco a lo largo de varias páginas, en 2008, del despliegue ferroviario español en alta velocidad (sobre todo a partir de la conexión entre Madrid y Barcelona). Para Thomas Catan (2008), corresponsal del periódico en España:

«España tiene el mayor número de kilómetros en alta velocidad en construcción del mundo, cinco veces más que su mayor competidor, Japón [...] en sólo dos años, será el país con más kilómetros de alta velocidad operativos del mundo [...] por el contrario, en Reino Unido, país que inventó el ferrocarril, sólo disfruta de 80 millas de alta velocidad, es ridículo [...] tenemos que seguir el ejemplo de España y de Francia»

En 2009, Barack Obama, Presidente de Estados Unidos⁵⁰ :

«Mi propuesta de tren de alta velocidad llevará a innovaciones que cambiarán el modo en que viajamos en América [...] una línea del AVE entre Madrid y Sevilla tiene tanto éxito que el número de personas que viajan en tren supera a los que lo hacen en coche y avión por combinado»

⁵⁰ «Obama quiere una red de alta velocidad en EE UU como la de España». Madrid: *Diario El País*; 16 de abril de 2009

Asimismo, el presidente de Rumania, Traian Basescu, trasladó también durante ese mismo año al ministro de trabajo e inmigración español, Celestino Corbacho, su «interés por recibir asesoramiento de España para elaborar los proyectos de aplicación de los *Fondos Estructurales de la Unión Europea*, así como su buena predisposición para que las empresas españolas invirtieran en su territorio»⁵¹.

1992, el año de España

Si hubo un momento en que los españoles se preocuparon por la marca-país y la diplomacia pública fue a finales de los 80 y principios de los 90. España quería ser europea, y el gobierno socialista siguió una estrategia de diplomacia pública de megaeventos (Mannheim, 1994) tenían que escenificar la convergencia de España en el seno de Europa. Tuvieron un gran éxito. Posteriormente, tras el *Efecto del '92*, la inacción ha producido la paradoja de que enormes éxitos económicos o políticos, objetivables y cuantificables en términos de influencia institucional o inversiones, han ido acompañados de grandes problemas de imagen porque no se ha prestado atención a la marca-país o la diplomacia pública (Noya, 2005).

1992, fue, según *Naciones Unidas*, el *Año Internacional del Espacio*. Pero sin ninguna duda, 1992 fue el año en el que el mundo se transformó y en el que España fue uno de los grandes protagonistas al albergar la sede de la celebración del *V Centenario del Descubrimiento de América*, la sede de la *Exposición Universal de Sevilla*, la sede de la celebración de los *Juegos Olímpicos de Barcelona*, la sede de la *Capital Cultural de Europa* en Madrid.

Pero 1992, en contexto, fue, tanto para España como para el resto del mundo, intenso. En 1989, caía el *Muro de Berlín* y como consecuencia, en 1991 se desmembraba la Unión Soviética, que había permanecido en pie desde 1921 y que engendraba en 1992 a la Federación Rusa, dirigida por Boris Yeltsin. Además, Yugoslavia, que había desaparecido en 1991 como sujeto internacional, padecía en 1992 la *Guerra de Bosnia-Herzegovina*. En el *Viejo Continente*, la desaparición del *Telón de*

⁵¹ «Rumanía pide asesoramiento a España para gestionar los Fondos Estructurales de la Unión Europea», Madrid: *Europa Press*. 14 de mayo de 2009

Acero aceleraba el proceso de creación de la *Comunidad Europea*, que - precisamente - en 1992, se configuraba en un proyecto político – además de económico – con la firma del *Tratado de la Unión Europea* en Maastricht y con la creación del *Espacio Económico Europeo (EEE)*. En el ámbito económico, en 1992 se sufrían las consecuencias de la Guerra del Golfo, en la que España había participado en una coalición de la ONU con otros 34 países; en Brasil, se celebraba la *Cumbre de la Tierra* en Río de Janeiro y en Norteamérica, se firmaba el *Tratado de Libre Comercio* entre México, Canadá y Estados Unidos.

España quería ser europea, y el gobierno socialista siguió una estrategia de diplomacia pública de megaeventos: la *Expo de Sevilla* y las *Olimpiadas de Barcelona*. Tenían que escenificar la convergencia de España en el seno de Europa. Tuvieron un gran éxito (Noya, 2005).

La imagen de marca de una ciudad o lugar se convierte en sinónimo de estado de opinión activo y generado; por eso se han de buscar las fórmulas de medición de los distintos estados de opinión, evaluar la percepción que reciben los públicos y la forma de modificar estos hábitos y las costumbres de los consumidores y de los ciudadanos. La organización de eventos internacionales es una excelente herramienta para contribuir a una imagen de marca de ciudad positiva, como medio para darse a conocer, exportar productos y atraer turistas urbanos (Valls, 1992:16).

La marca desempeña hoy en día un rol estratégico fundamental, a tal punto que en muchas empresas, naciones y ciudades es donde se encuentra su mayor activo. Países como España y Francia son buenos ejemplos de cómo han logrado forjar una imagen de marca país que sustenta su principal fuente de ingresos el turismo. Igualmente ciudades como Barcelona, Madrid, París, Londres, han sabido posicionar a nivel mundial sus mejores elementos de ventaja competitiva, construyendo poderosas marcas conocidas a nivel global (Tinto, 2000:102).

Gestionar la percepción que se tiene de una ciudad implica ayudar a incrementar el turismo y comercio, atraer inversiones y aumentar su visibilidad, y para esto es preciso una estrategia de posicionamiento. En este sentido, el marketing de ciudad y el de servicios o productos actúan de la misma forma, gestionando la relación que las

marcas tienen con el público objetivo para posicionarse claramente ante quiénes nos dirigimos, algo también entendido como city branding (Mateo, 2006).

Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992

Wally Olins, gurú del branding y de la gestión de marcas afirmó recientemente que «hay unos pocos países que, mediante una combinación de cambio político espectacular y una necesidad imperiosa de desarrollarse económicamente, han demostrado el gigantesco impacto que puede lograr un cambio de marca. España es uno de los mejores ejemplos de branding nacional moderno y de éxito» (Noya, 2005).

Sin embargo, es un espejismo, pues España tiene enormes problemas de imagen. En Barcelona, los *Juegos Olímpicos* buscaban el fin de una imagen de España basada en un país de siesta, toros, vino tinto y dictadura, potenciando, a cambio, la imagen de democracia moderna, convivencialidad, modernidad y clasicismo, creatividad, etc. Este proceso exigió una síntesis semántica de las propuestas pero también su adaptación a las exigencias de los nuevos lenguajes visuales, de impacto publicitario. La revitalización de los iconos del modernismo (Gaudí) o de pintores contemporáneos (Miró y Dalí) fueron buenos ejemplos de este proceso de selección semántica en el caso de *Barcelona'92* (De Moragas, 2006).

Sin embargo, el proyecto olímpico barcelonés se remonta décadas atrás. Cuando se construyó el estadio de Montjuïc en el año 1929 con la intención de poseer las instalaciones requeridas para poder organizar unos JJOO. Barcelona presentó la candidatura para celebrar los *Juegos de la XI Olimpiada*, prevista para el año 1936, sin embargo, la sede recayó en Berlín. Con el alzamiento de Hitler, muchos deportistas se negaron a ser instrumentos de la máquina de propaganda nazi y en muchos países se crearon comisiones a fin de encontrar una alternativa a los *Juegos Olímpicos de Berlín*. Finalmente, se eligió Barcelona como sede alternativa de las *Olimpiadas Populares de Barcelona 1936*, proyecto al que se sumó Francia, Estados Unidos, Suiza, Canadá, Grecia, Suecia, Marruecos y muchos otros (Vivancos, 1992).

Para España, los *Juegos Olímpicos de Barcelona*, contribuyeron a proyectar la imagen de una España moderna al exterior, con una gran capacidad organizativa. En

concreto, los *Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992* supusieron un auténtico empuje al desarrollo de la ciudad condal, proyectándose también al exterior y mejorando notablemente su infraestructura interior, dando lugar a un desarrollo urbanístico sin precedentes donde se remodelaron espacios, se levantaron otros nuevos y se crearon auténticas obras de ingeniería para las telecomunicaciones y los transportes⁵².

La elección de la mascota y del logotipo de *Barcelona'92*, el diseño de su antorcha, estuvieron marcadas desde el principio por este referente mediterráneo. A la mascota de *Barcelona'92*, *Cobi*, se le reconoce una principal virtualidad: la de ser al mismo tiempo un diseño de calidad comercial y vanguardista, en clara ruptura con el conformismo acrítico de la cultura comercial anglosajona que hasta ese momento había sido habitual en el mundo de la esponsorización deportiva y olímpica. *Cobi* nació de la cultura barcelonesa y de la influencia del arte de vanguardia, picassiano. *Cobi*, informal, entrañable y divertido, fue el resultado del primer consenso en la producción simbólica de los *Juegos Olímpicos de Barcelona*. El principal show de la ceremonia inaugural, se tituló precisamente *El Mediterráneo. Mar Olímpico* y la ceremonia de clausura *Fiesta Mediterránea*, toda una promoción de cultura mediterránea (De Moragas, 1993:02-08).

El símbolo de la sede de *Barcelona'92*, obra de Josep Maria Trias, que fue precedido de una larga e importante vida del símbolo de la candidatura, obra del diseñador América Sánchez, tenía que cumplir con tres principales funciones comunicativas: una de carácter cultural, proponiendo para Barcelona una identidad y una línea estética determinadas; otra de carácter identificador y referencial, ya que permite unificar de los múltiples mensajes y elementos propios de la organización de los Juegos, y, finalmente, una tercera función que no podemos menospreciar: la de permitir el gran proceso comercial que hoy significa la venta de derechos de la imagen olímpica. El diseño de Josep Maria Trias, como ha sido reconocido por el mismo autor (Trias, 1992), asume las connotaciones propias de la cultura mediterránea, reconocidas universalmente por medio de la pintura, en especial de Miró (De Moragas, 1996:07).

El diseño del *Cobi* tuvo, sin embargo, un valor ya indiscutible: ser un diseño de calidad y vanguardista, en clara ruptura con el conformismo acrítico de la cultura

⁵² «Historia de los Juegos Olímpicos de Verano». Madrid: *Factoría Urbana*. 14 de mayo de 2009

comercial hasta ahora habitual en el mundo del patrocinio deportivo y olímpico (De Moragas, 1993:08). Una de las premisas básicas del proceso proyectual fue la necesidad de diferenciarse de las imágenes características de las anteriores ediciones de los Juegos Olímpicos o de las candidaturas. Ni Barcelona, ni Cataluña, ni España podían vender una imagen de carácter tecnologista. Es innegable que internacionalmente, Barcelona, se asociaba a *Picasso, Miró, Dalí, Gaudí o Tàpies*; esta evidencia conducía a la necesidad de definir un lenguaje más humano, más calido, más artístico, más creativo, más personal, en suma, más coherente con los valores comunicativos que era preciso transmitir (Trias, 1991:187-191).

Teniendo en cuenta el gran éxito que fue para sus promotores el evento olímpico, hubo toda una parafernalia de mercadotécnica, incluso con sus expresiones más sublimes, como crear diversos fetiches tangibles y vendibles como *Cobi*, concentrar y materializar todos los mensajes. Este animalito, creado por el diseñador de moda, Mariscal, fue la mascota de *Barcelona'92* y vino a convertirse en una especie de perrito ovejero con el cual uno se debería encariñar. Su función era facilitar procesos de identificación y conseguir, al mismo tiempo, transmitir mensajes festivos, euforizantes, subjetivos (Pedraforca, 2004: Capítulo IV).

El gobierno municipal esperó a presentar Barcelona como capital europea y ampliar la influencia de la ciudad coincidiendo con el entendimiento desde el sector privado, de las oportunidades de negocio a corto, medio y largo plazo que estas aspiraciones públicas proporcionan, y encaminarlas a un foco común para el futuro, una determinación compartida de conseguir un crecimiento económico mayor y mejorar la calidad de vida de la ciudad. Además de los *JJ.OO. de Barcelona'92*, la capital albergó los *IX Juegos Paralímpicos*, con *Petra* como mascota, en el verano de ese mismo año (Solé, 1994:01-10).

Las ideas iniciales definieron tres líneas de trabajo: la identificación de las necesidades, la negociación con las federaciones nacionales con el fin de que facilitaran sus técnicos y, finalmente, implicar a las instituciones representativas del deporte español: el *Consejo Superior de Deportes* y el *Comité Olímpico Español* (María, 1995:02-09).

Según las instituciones implicadas en el proyecto olímpico de Barcelon'92, los objetivos que se buscaron fueron (Botella, 2008:04 y 07):

- Gobierno de España: Asociar a la marca España los atributos de modernidad y eficiencia. España moderna, tolerante y democrática
- Gobierno de Cataluña: Dar a conocer internacionalmente la realidad diferenciada de Cataluña (identidad política, cultural y lingüística)
- Ayuntamiento de Barcelona: Poner a Barcelona en el mapamundi y acabar las infraestructuras pendientes (ciudad convivencial, síntesis de contrastes y participativa). Compatibilidad entre lo universal y lo local
- Comité Olímpico Internacional: Aumentar el prestigio de su marca

La fuerte inversión, mereció que los J.J.O.O. fuesen considerados los mejores de todo la historia. «No defraudaron a nadie y para muchos siguen siendo los mejores juegos de la historia, tanto por su organización como por el alto número de participantes»⁵³.

La transformación de Barcelona en ciudad global se consumó en la década de los '90, con los JJ.OO., creando el *Modelo Barcelona*, basado presumiblemente en una idea de la planificación *citizen oriented*: el ciudadano tiene prioridad sobre los negocios. Se buscaba una adecuación del espacio urbano ligado a la necesidad de superar la crisis en tanto que *ciudad fordista* para convertirse, finalmente, en aspirante a plataforma, neofordista/postfordista, receptora de inversiones de capital multinacional (Maldo, 2004:01-04).

La imagen de Barcelona empezó a construirse durante la preparación de los *Juegos Olímpicos de 1992* a través del nuevo urbanismo, presentando la construcción frenética como una realidad ligada al progreso. Se creó un fuerte sentimiento de patriotismo de ciudad, con eslóganes como «Barcelona es de todos» o «Todos somos el motor de Catalunya. No te pares». Tras la resaca de las *Olimpiadas*, las instituciones quisieron ofrecer una nueva imagen, para proyectar una Barcelona participativa con lemas como «Barcelona es la gente» o «Barcelona y tú, cada día mejor». Más tarde, se utilizaron claims que perseguían una identificación con la ciudad: «Barcelona más que

⁵³ «Especial JJOO». Madrid: *Diario El Mundo*. 14 de mayo de 2007

nunca» o «Hagámosla juntos, hagámosla bien. Juntos, sin exclusiones», un eslogan que se concentró en «Hagámoslo B»⁵⁴.

«Siempre se recuerdan los nombres. Atlanta, Barcelona, Atenas...», afirma Jacobo Ruiz Gil, consultor de *Key Sport* e investigador del *IESE*. Y, si todo sale bien y el país ha llevado una estrategia de márketing adecuada, podría conseguir beneficios similares a los de *Barcelona'92*. El número de turistas de la *Ciudad Condal* se duplicó entre 1991 y 2000, cuando Barcelona se convirtió en la tercera ciudad más visitada en Europa, por detrás de París y Londres⁵⁵.

Don Williams, vicepresidente de ventas y marketing de *Cartan Tours*, afirmaba que «el gobierno español hizo un extraordinario esfuerzo en los *Juegos Olímpicos de Barcelona de 1992*, esfuerzo que se vio recompensado con un incremento del 100% en su turismo». Fue necesario que el país anfitrión se concentrase en enviar mensajes a los medios de comunicación internacionales para poder vencer toda percepción negativa. Y en este sentido, Rob DiGisi, presidente de la empresa de marketing para el deporte *Iron Horse Marketing* y profesor de *Wharton*, afirmó que «los JJ.OO. son la marca más importante del deporte y su potencial para conseguir ingresos de patrocinadores es enorme»⁵⁶.

En este sentido, para el profesor del *IESE – SBM*, Juan Manuel de Toro, Barcelona'92 fue «un producto deportivo que tiene más en común con el ocio que con los productos tradicionales de consumo. Se trataba más bien de un servicio: el consumidor deportivo buscaba espectáculo, diversión, pasión, sentimiento, que toda su dedicación emocional era considerada»⁵⁷.

En nuestros días, Barcelona es la tercera ciudad europea más atractiva desde el punto de vista turístico, tan sólo por detrás de París y Londres, según un estudio elaborado por la consultora *Saffron Brand Consultants*. Además de ser las tres urbes

⁵⁴ « Cuando la ciudad es la marca». Barcelona: *Savia*. 2008:43

⁵⁵ «Londres 2012, la gallina de los huevos de oro». Pensilvania: *Knowledge Wharton School*. Pensilvania: Universidad de Pensilvania, 27 de abril de 2007

⁵⁶ «¿Ganará Grecia la carrera de obstáculos de las Olimpiadas?» Pensilvania: *Knowledge Wharton School*. Pensilvania: Universidad de Pensilvania, 08 de septiembre de 2004

⁵⁷ «Marketing deportivo: El motor del negocio del deporte». Pensilvania: *Knowledge Wharton School*. Pensilvania: Universidad de Pensilvania, 18 de mayo de 2005

más atractivas en Europa, de entre las 72 que evalúa el análisis, también lideran el ranking de las ciudades con una mayor capacidad para proyectar su imagen de marca en la mente de visitantes, turistas e inversores. La capital catalana ocupa el tercer puesto gracias a su atractivo turístico, su estructura ordenada y agradable y su protagonismo como escenario de diversos eventos internacionales como la *Expo de 1888 y 1929*, o los *Juegos Olímpicos del '92*⁵⁸.

El *Proyecto Barcelona'92*, cuyo propósito y efectos en los procesos de reestructuración se ha basado en el uso del *Ayuntamiento* como catalizador de las iniciativas sociales y cuya finalidad ha sido la profundización del proceso de terciarización y la recuperación de la proyección internacional. Barcelona'92 ha sido producida por el aparato publicitario y promocional de lo que se ha dado en llamar city marketing o marketing urbano: las acciones para mejorar la posición competitiva de las ciudades en el mercado (Benach, 1993:485).

Quienes gobernaban Barcelona en 1992 incluyeron muchos elementos diferentes para presentar la ciudad o incluso para proyectar la ciudad del futuro. Un ejemplo ilustrativo del cambio de imagen que buscaba la ciudad y los valores que quería transmitir, fue el anuncio publicado en la prensa por el *Ayuntamiento de Barcelona* de cara a los JJ.OO.⁵⁹:

«Barcelona. Mediterrania. Olímpica. Catalana. Internacional. Gaudí. Vanguardia. Congresos. Románico. Picasso. Moda. Ramblas. Cosmopolita. Bimilenaria. Diseño. La Sagrada Familia. Pau Casals. Playas. Dalí. Liceo. Flotats. Miró. Catedral. Bohigas. Costa Brava. Noctura. Gótica. Cultural. Industrial. Libros. Bofill. Conciertos. Abierta. Teatro. Exposiciones. Tapies. Deportes. Puerto. Festivales. Fuentes. Monjuïc. Montserrat Caballé. Ferias. Tibidabo. Museos. Modernismo. Parc Güel. Fútbol. Todo, en Barcelona»

Ciertamente, el afán de inscribir Barcelona en el mapa del mundo ha sido la causa de múltiples iniciativas de los organismos públicos. El objetivo no era otro que hacer realidad esa idea fuerza consistente transformar la ciudad en punto de referencia y nodo importante de la red global. En este sentido, la difusión y venta en el exterior de

⁵⁸ «Barcelona es la tercera ciudad europea más atractiva y que mejor se vende». Barcelona: *Diario La Vanguardia*. 13 de octubre de 2008

⁵⁹ «Vivir en Barcelona. Barcelona: *Ciudad Olímpica*., 1991

cierta imagen, en la que subyace la propensión hacia el «business», ha exigido un notable esfuerzo institucional (Maldo, 2004:09).

El embellecimiento de la ciudad tuvo su instrumento en la campaña para la mejora del paisaje urbano. En la evolución de Barcelona, se consiguieron patrocinadores para la restauración de monumentos y el emplazamiento de nuevo mobiliario urbano. Las campañas publicitarias explícitamente destinadas a reforzar la cohesión social presentaron una Barcelona personificada y secuenciada que bien explica el cambio que daba la capital condal con los JJ.OO.: «Barcelona, ponte guapa», «Barcelona se pone guapa», «Barcelona ganará», «Barcelona ha ganado», «Barcelona somos todos» y «Lo estamos consiguiendo» (Benach, 1993:503).

Barcelona es una ciudad de referencia en el mapa turístico mundial. Ello ha sido fruto de un proceso de terciarización de su economía y de la construcción de una potente imagen de marca, desde los JJ.OO. y hasta nuestros días. En este contexto, la cultura ha sido colocada en el eje de la estrategia global de desarrollo, tratando de construir un espectáculo cultural, destinado a diferenciar a la ciudad en el mercado. Se promueven además unos iconos específicos, orientados a apoyar una visión catalana, cosmopolita y moderna. Barcelona se convierte en el resultado de una planificación estratégica perfectamente orquestada desde el poder político y disimulada bajo la apariencia del consenso social y la participación ciudadana (Reventós, 2007:287).

Exposición Universal de Sevilla de 1992

La imagen internacional de España ha mejorado notablemente, pero sigue siendo confusa, débil, estereotipada y carente de fortaleza competitiva. El entusiasmo que suscitaron los *Juegos Olímpicos* y la *Exposición de Sevilla de 1992* se ha revelado un espejismo que ha ocultado la ausencia de la marca España en la mayor parte del mundo (Barbería, 2006).

Hablar de la *Exposición Universal de Sevilla* de 1992, nos obliga a hablar de nuevo de Barcelona. No porque el eje Madrid-Barcelona que se inaugurase en enero de 2008 con igual o mayor éxito que la conexión entre la capital y la ciudad hispalense en 1992 con motivo de la inauguración de la *Expo'92*, sino porque Barcelona ha albergado

dos exposiciones universales, la de 1888 y la de 1929, que también nos es óbice para hablar de la *Exposición Iberoamericana de Sevilla* de 1929.

Es conveniente matizar que las exposiciones universales, iniciadas en Londres en 1855, vivían a finales del siglo XIX su momento de gran apogeo. Eran consideradas los mayores eventos políticos, económicos y sociales del mundo, en los que cada país exponía los avances tecnológicos, y hacía gala de su potencial económico e industrial. Organizar una exposición universal era una oportunidad de desarrollo económico para la ciudad organizadora y de gran prestigio internacional. En especial, la organización de la *Exposición Universal de Barcelona* de 1888 se aprovechó para poner en marcha nuevas infraestructuras y servicios que no sólo mejorasen la vida de los ciudadanos, sino que dieran una imagen de modernidad de la ciudad a ojos de los visitantes. Económicamente, se consideró la *Exposición Universal de Barcelona* de 1888 como el primer gran paso de la economía catalana hacia la europeización dentro de la *Reinaixença* catalana (Mingorance, 2004:01-02).

Por su parte, la *Exposición Universal de Barcelona* de 1929 supuso un gran desarrollo urbanístico para Barcelona, así como un banco de pruebas para los nuevos estilos arquitectónicos gestados a principios del siglo XX: a nivel local, representó la consolidación del novecentismo, estilo de corte clásico que sustituyó al modernismo preponderante en Cataluña durante la transición de siglo; además, supuso la introducción en España de las corrientes de vanguardia internacionales, especialmente el racionalismo, a través del *Pabellón de Alemania* de Ludwig Mies van der Rohe (Grandas, 1988:24-27). La idea de exportar Barcelona al mundo, como ya hemos visto, comenzó en 1888, se consolidó en 1929, se potenció en 1936 con las *Olimpiadas Populares de Barcelona* y se consiguió en 1992, con los *Juegos Olímpicos*.

Y es en 1929, cuando se celebró la *Exposición Iberoamericana de Sevilla*. La capital hispalense, en aquellos momentos, se encontraba muy atrasada en comparación al resto de ciudades y países que participaban en la exposición, los problemas más relevantes eran relativos al ensanche de la ciudad, al alcantarillado, la pavimentación, al agua, luz, viviendas u hoteles. Se buscó una *Exposición Internacional Hispano-Ultramarina*, una *Exposición Internacional España* en Sevilla o una *Exposición Internacional Hispano-Americana* (Sustersic, 2002:189).

Con este bagaje internacional, Sevilla organizaba en 1992, la *Exposición Universal de la Era de los Descubrimientos*, en honor al *V Centenario del Descubrimiento de América*. Al término de la exposición, las infraestructuras se aprovecharon para reconvertirlas en un parque tecnológico llamado *Cartuja'93* y en un parque temático llamado *Isla Mágica*, además de usos administrativos, universitarios y de equipamiento para la ciudad (Palancar, 1992:07-11).

La *Exposición Universal de Sevilla* constituyó la culminación de los actos programados por España para conmemorar en 1992 el *V Centenario del Descubrimiento de América*, un acontecimiento que cambió en las postrimerías del siglo XV, la historia de la humanidad y que en los albores del siglo XXI ofrecía un motivo de reflexión profunda y trascendente sobre la capacidad innovadora del hombre, sobre la evolución del progreso y sobre las perspectivas de hallar al fin de cinco siglos un nuevo mundo de libertad, de justicia y de convivencia en paz (Olivencia, 1992:03).

Sin embargo, muchos de estos proyectos quedaron en papel mojado y la zona en abandono, actualmente, no hay ninguna parcela libre donde construir en lo que fue recinto de la Expo, pero el aire de provisionalidad unido al abandono de los paseos y avenidas es una constante (Rubio, 2009).

La *Expo'92* convirtió Sevilla en una ciudad internacional y la modernizó con nuevas infraestructuras como la SE-30, el AVE, o los puentes de la *Barqueta* y el *Alamillo* con un diseño moderno muy distinto al barroco de la ciudad antigua. Pero, la falta de planificación de la etapa post-Expo ha hecho que en un inmenso *Parque Tecnológico* se mezclen empresas privadas, entidades públicas y una universidad con escasas zonas comunes y una comunicación interna abandonada (Fajardo, 2008).

Sevilla'92 fue el primer acontecimiento internacional de la post guerra fría: una Alemania unificada se presentó bajo un pabellón único y los países bálticos participaron con sus propios pabellones. Las Expos son receptivas a abordar los temas más sensibles: el desarrollo sostenible, la ecología o el consumo de recursos naturales. Este interés medioambiental llevó a la *Expo de Sevilla* a crear un microclima en el recinto para poder soportar las altas temperaturas del verano andaluz (Ferrase, 1992:14).

Se calculó que los meses de julio y agosto serían los de mayor afluencia de público debido a las vacaciones estivales, pero el famoso calor de Sevilla provocó una fuerte caída en las visitas. José Miguel Prada Poole, arquitecto que diseñó el *Palenque de la Expo'92*, creó una nube artificial que pulverizaba agua para protegerla de las radiaciones solares y térmicas con 1.500 boquillas que esparcían agua y así, dependiendo de la luminosidad del día, la nube era más o menos densa, asegurando una iluminación casi constante y protegiendo a los visitantes del calor (Pereira, 2007).

Internacionalmente, España se enfrentó a las críticas de ciertos sectores iberoamericanos que querían evitar una celebración internacional del *V Centenario del Descubrimiento de América*, como del *Congreso Internacional de Indigenismo*, convocado por las *Naciones Unidas* en Ginebra en 1987. Eduardo Galeano, recogió todos los planteamientos en contra de la celebración del *V Centenario del Descubrimiento de América*, en su libro *Las venas abiertas de América Latina*, donde denunciaba la situación de los grupos oprimidos americanos. En ese mismo congreso y ante la *Delegación Indígena Unitaria de Guatemala*, la Nobel de la Paz en 1990, Rigoberta Menchú (1990), representante del *Comité de Unidad Campesina*, indicó que:

«Hace quinientos años, los primeros europeos comenzaron a llegar a nuestras tierras, que ellos llamaron América. Lo que pudiera haber conducido a un fructífero intercambio entre diferentes culturas, desembocó en lo contrario. Durante cinco siglos hemos sido las víctimas de una expansión colonialista que nos sometió a un genocidio brutal [...] Celebremos el fin de quinientos años de opresión y discriminación, y el inicio del verdadero encuentro de dos culturas en base a la igualdad, la justicia y la paz»

En el *Congreso de Justicia y Paz*, celebrado en Madrid entre el 20 y el 22 de abril de 1990 de cara al *V Centenario del Descubrimiento de América*, concluyó que «si repasamos y analizamos la historia de América Latina, desde que los conquistadores llegaron a este continente, historia caracterizada por la masacre y destrucción de las culturas indígenas, constatamos que este acontecimiento, hoy tan glorificado, realmente no supone un gran avance en la historia liberadora de esos pueblos y de la Humanidad, y, por tanto, tampoco en la realización del Reino de Dios». Y afirmó (Cuesta. 1990):

- Que frente a toda la parafernalia oficial que está organizando el gobierno español ante el aniversario del *V Centenario*, afirmamos que nosotros no tenemos nada que celebrar

- Que todas estas celebraciones oficiales realmente encubren la realidad doliente de América Latina
- Que no se puede hablar de encuentro de las culturas cuando día a día estamos cerrando las puertas a estos países
- Que insistimos a todos los sectores sociales a movilizarse contra las celebraciones oficiales que se organicen con motivo del *V Centenario*, planteando una alternativa solidaria y de denuncia de la actual realidad latinoamericana

Hasta el desembarco de España en América Latina los europeos y estadounidenses no tomaron conciencia del poder y el potencial de España (Noya, 2008):

«Desde los tiempos de Carlos III, España no inquietaba a nadie, e incluso su reinado fue sólo un modesto paréntesis en la decadencia. España había parecido durante siglos a los amos del mundo (los anglosajones, con esporádicas apariciones francesas) pintoresca, racial, reserva antropológica, salvaje, soleada, barata y, ya en la época paleodemocrática, nueva, fresca y atónitamente europea. Pero nunca (hasta entonces) inquietante»

Sevilla ha logrado, gracias a un fuerte orgullo de pertenencia, que sus habitantes transmitan el placer que les supone vivir allí. Valores como «paraíso natural y climático», «duende» y «gastronomía» han sido interiorizados por los propios sevillanos, que se han convertido en los mejores embajadores de las maravillas de su ciudad⁶⁰.

Hoy, la imagen de Sevilla se asocia en buena parte con la imagen que se tiene de España. «La marca Sevilla es más importante que *Coca-Cola* [...] ¿El metro será uno de esos proyectos para seguir mejorando Sevilla?» (Correal, 2009). Hablar de Sevilla no sólo es hablar de la *Casa de Contratación* y de la conquista de América, no sólo es hablar del flamenquismo de la *Exposición Iberoamericana de 1929* o de la *Expo'92*. Hablar de Sevilla es hablar del toreo y de la *Real Maestranza de Caballería*, es hablar de la *Feria de Abril* y también de su *Semana Santa*.

Sevilla ha sido siempre un destino turístico para un cliente culto, de nivel económico medio-alto y con deseos de conocer la mezcla de cultura y tradición, pero es

⁶⁰ «Cuando la ciudad es la marca». Barcelona: *Revista Savia*. 2008:42

a partir de 1992 (con la *Expo*) cuando Sevilla empieza a promocionarse como una ciudad de tradición histórica y de modernidad, sobre todo, por el legado de las infraestructuras generadas para la exposición universal. Es aquí cuando también se crea el *Sevilla Congress & Convention Bureau* y la ciudad empieza también a promocionarse como destino de congresos y convenciones. El *Plan Estratégico de Sevilla 2010*, basado en los beneficios que trajo la *Expo* a la capital hispalense, se basa en (Quintana, 2001:06):

- La consolidación de nuevos mercados y la recuperación de otros altamente competitivos
- Crear de Sevilla un destino turístico urbano, mejorando incesantemente infraestructuras y promocionando nuevos atractivos y ofertas
- Promocionar la concentración empresarial
- Especialización en oferta de turismo cultural, deportivo y medioambiental:
 - Incremento de los atractivos turísticos de la ciudad:
 - *Aumento y diversificación de la oferta sectorial
 - *Ampliación y diversificación de la oferta espacial
 - Aumento de la calidad de la atención y de los servicios turísticos a los visitantes:
 - Promoción exterior y mejora de la imagen de la ciudad:
 - Visión estratégica y unión de esfuerzos

Las exposiciones universales, desde 1851 a 1938, se basaron en la industrialización y sus efectos, de 1939 a 1991 en el intercambio cultural y a partir de la *Expo'92* de Sevilla, todos los países han empezado a emplear las exposiciones internacionales como plataformas para mejorar su imagen a través de pabellones diseñados específicamente a tal fin. Los casos de Finlandia, Japón, Canadá, Francia y España han sido los más significativos⁶¹.

En la *Conferencia Zeitgeist Europe 2009*, organizada por *Google* en mayo de 2009, el *Príncipe de Asturias* afirmó, al hablar sobre las relaciones de España con Iberoamérica, que «de muchas maneras, somos inseparables». Tanto en el mundo, como en Internet, el castellano juega un papel decisivo el peso cultural, es⁶²:

«La lengua materna de casi 450 millones de personas, lengua oficial de 20 países y con una pujante presencia en Estados Unidos, donde ya es hablado por 50 millones de personas [...]

⁶¹ «Las exposiciones universales». Madrid: *Departamento de Tecnología Fotónica de la Universidad Politécnica de Madrid*. 2006:03

⁶² «Don Felipe pide más atención para Iberoamérica en el foro de Google». Madrid: *Diario ABC*. 18 de mayo de 2009

El español, es la segunda lengua extranjera más estudiada, por detrás del inglés, y la tercera más empleada en Internet en lo que se refiere al número de volumen de páginas en la red (por detrás del inglés y del alemán), y en lo que se refiere al número de usuarios (por detrás del inglés y del mandarín). Sólo en el caso de España, el valor de la lengua representa en términos económicos un 15% del PIB»

De Ciudad Europea de la Cultura 1992 a Madrid 2016

1992, también fue un año para Madrid, aunque con menor protagonismo, permitió preparar su internacionalización. Madrid ha sido una de las quince ciudades europeas de la cultura que han tenido este título desde 1985 a 1999. A partir del 25 de mayo de 1999, la *Ciudad Europea de la Cultura* fue rebautizada como *Capital Europea de la Cultura* y financiada por el programa Cultura 2000. Decisión tomada debido a la feroz competencia de los miembros comunitarios por obtener este reconocimiento. Si bien la voluntad de realizar acciones culturales a escala europea se manifestó ya en la década de los setenta, con el *Tratado de Maastricht* y su artículo 151, la cultura ocupó oficialmente un lugar en la construcción europea. Desde 1985 la *Comunidad Europea* ha respaldado la iniciativa de los Estados miembros de designar anualmente una ciudad europea de la cultura, que contribuye a valorar la riqueza, la diversidad y las características comunes de las culturas europeas, y permite un mejor conocimiento mutuo entre los ciudadanos de la Unión Europea⁶³.

Si Madrid fue *Ciudad Europea de la Cultura* en 1992, Santiago de Compostela fue *Capital Europea de la Cultura* en 2000 y Salamanca, en 2002. Para 2016, se prevé que otra ciudad española pueda competir por este galardón. Además de este título, también ha surgido la celebración de la *Región Europea del Año*. El *Comité de Regiones de la Unión Europea* y la *Comisión Europea* vieron con buenos ojos la iniciativa de crear una *Región Europea del Año*. Los objetivos se centraban en que las regiones fueran más conocidas y tuvieran una mayor integración europea. En este sentido, Baleares fue *Región Europea de 2003*⁶⁴.

⁶³ «Capital Europea de la Cultura». Madrid: *Gobierno de España, Ministerio de Cultura*. 01 de enero de 2009

⁶⁴ «España: Salamanca, la Capital Cultural Europea de 2002, cede el testigo a las Islas Baleares como Región Europea del año 2003». Madrid: *Hosteltur*. 31 de diciembre de 2002

Ser *Capital Europea de la Cultura* supone que la ciudad sea mucho más visible internacionalmente y se convierta en referente cultural europeo, con lo que eso significa de potencialidad de desarrollo económico y social. Además, supone una excusa para realizar inversiones que perdurarán en el tiempo. Y, cómo no, significa apostar por un modelo de ciudad abierto y cosmopolita. «Se trata de sacar provecho de la especificidad de cada ciudad y de demostrar creatividad. Además, se valorará muy fuertemente que el proyecto sea reflejo de la diversidad europea y un espacio de diálogo y encuentro de los ciudadanos de Europa», precisaba Francisco Javier Pulido, presidente del *Grupo de Ciudades Patrimonio* y alcalde de Cuenca (Paul, 2008).

En 1992, Madrid fue capital cultural europea. La inversión rondó los 100.000 millones de pesetas y dejó, entre otras cosas, una ciudad deportiva y un teatro. Infraestructuras que diez años después sirvieron para fomentar y facilitar la práctica deportiva a todos los madrileños, incrementando las dotaciones deportivas con el objetivo del gobierno municipal para convertir Madrid en la *Ciudad del Deporte*, proyecto donde está muy presente el reto olímpico *Madrid 2M12* y *Madrid 2016* (F. C. R, 2007).

No hubiera habido candidatura andaluza a los JJ.OO de 2004 si no hubiera existido una *Expo'92* y unos *Campeonatos de Europa de Natación* de 1997 y de *Campeonatos de Europa de Atletismo* de 1999. El momento histórico era propicio para Sevilla, por un lado, la ciudad se llenaba de nuevas carreteras, puentes, más hoteles, una estación de tren, etcétera. Por otro, demostraba ante el mundo capacidad para organizar eventos. Sevilla aspiró a ser sede de los *Juegos de 2004, 2008 y 2012*. En las dos primeras ocasiones no pasó el primer corte del *Comité Olímpico Internacional*. En la tercera, Madrid le arrebató el honor de ser la candidata española (Monago, 2008).

Alberto Ruiz-Gallardón, alcalde de Madrid, presentó en 2005 la marca *¡Madrid!*, que tenía como objetivo difundir la imagen de la ciudad en todo el mundo, tanto el atractivo turístico, como el cultural, deportivo y económico de la *Villa*, y con especial intensidad durante los meses escasos que quedaban para que se conociera qué ciudad sería sede de los *Juegos Olímpicos de 2012*⁶⁵:

⁶⁵ «Ruiz Gallardón presenta la marca ¡MADRID! y destina más de 14 millones de euros a su difusión a nivel mundial» .Madrid: *Hosteltur*. 15 de mayo de 2005

«Somos una realidad, pero tenemos que saber cuál es nuestro objetivo. Ese objetivo es *Madrid 2012* [...] Madrid necesita, más que nunca, esa marca que nos identifique, que nos ayude a ganar esta carrera olímpica en la que estamos participando»

El caso de la marca *¡Madrid!*, se enmarcaba dentro del plan de internacionalización de la ciudad que el Ayuntamiento puso en marcha en 2005. La empresa municipal *Promoción Madrid* funciona como empresa de marketing de la ciudad, gestionando cuatro canales de comunicación: un espacio web (www.esmadrid.com), una revista mensual (*esMADRIDMagazine*), el canal de televisión 50 de la TDT (*esMadridTV*) y una plataforma de servicios móviles accesible en castellano, inglés y japonés (*esMadridMóvil*).

Frente a la iniciativa del ayuntamiento, la CAM creó otra campaña bajo el título *Madrid, la suma de todos*, ya que «la actuación exterior de todas las instituciones de la Comunidad de Madrid bajo una nueva identidad va a reforzar nuestra imagen en el extranjero, de la misma manera que la *Suma de Todos* lo ha conseguido en el ámbito nacional [...] La nueva marca, que será la tarjeta de presentación de Madrid, nace con el objetivo de convertirse en la seña exclusiva de referencia de todas las instituciones de la Comunidad que operan en el exterior [...] tendrá como misión principal la de apoyar a las empresas y profesionales madrileños en sus actividades internacionales», afirmó la presidenta del gobierno autonómico, Esperanza Aguirre⁶⁶.

Madrid quiere estar junto con París y Londres entre las ciudades de primera fila en cuanto a inversión extranjera y promoción externa, pero todavía no ha conseguido vender en el exterior todo su potencial. Según el consejero delegado de *PromoMadrid*, José Manuel Reyero, en 2005 (Alcaide, 2005):

«Toda acción encaminada a mejorar la imagen de Madrid, siempre la vamos a apoyar. Pero tiene que contar con la colaboración de las instituciones y no se puede duplicar este trabajo, porque crea confusión [...] no es bueno para la imagen de Madrid, ni para despertar el interés de los inversores extranjeros que el Ayuntamiento ponga en marcha el plan y, a la vez, la CAM

⁶⁶ «La Comunidad crea una imagen de marca y una red exterior para atraer más inversiones y turistas». Nota de prensa de la *Comunidad de Madrid*, 02 de abril de 2008

invierta siete millones de euros en una institución como *PromoMadrid*, que cubre los mismos objetivos, para toda la región»,

«Los proyectos internacionales de Madrid buscaban transmitir valores positivos a e incentivar la práctica deportiva y convertirse en el mejor instrumento de comunicación internacional y de prestigio para la ciudad, poniendo de relieve su capacidad para organizar con éxito eventos deportivos», afirmaba el vicealcalde del *Ayuntamiento de Madrid*, Manuel Cobo. «La internacionalización de la marca del país a través del deporte es capital»⁶⁷.

Con motivo de las semifinales de la *Copa Davis en 2008*, en la plaza de toros de *Las Ventas*, Madrid lanzó la campaña *Madrid about you*, fórmula de promoción turística para conocer los atractivos que ofrece Madrid, de cara a los *Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2016*. Para Santos Campano, presidente de la *Cámara de Comercio de Madrid*, «constituye la tarjeta de presentación para mostrar una región más moderna, atractiva y dinámica [...] seguimos careciendo de una Marca España, pero Madrid apuesta por lograr fórmulas que presenten en el extranjero las numerosas posibilidades y ventajas que ofrecemos a la hora de hacer negocios»⁶⁸.

Obviamente, el mejor embajador de Madrid es el *Real Madrid*. Sin embargo, es necesario remarcar como en 2007, la compañía aérea *Air Madrid* influyó negativamente en la imagen de la capital. El hecho de que la línea aérea se apropiase del nombre de la capital española para crear su marca, puso en perjuicio la imagen que los consumidores tienen de Madrid. En España no hay ninguna legislación que impida a una empresa apropiarse del nombre de una ciudad o de un país para utilizarlo de forma comercial. Sin embargo, el caso *Air Madrid* abrió la puerta a la discusión acerca de la necesidad e algún tipo de regulación en este sentido. Casos como el de *Donna Karan New York* (DKNY) o el de *L'Oreal París* son icónicos, sin embargo, positivos, como en el caso de *Real Madrid* (Badía, 2007).

⁶⁷ «Madrid, una gran marca internacional». Nota de prensa del *Ayuntamiento de Madrid*, 13 de mayo de 2008

⁶⁸ «La imagen de Madrid llegará a mil millones de espectadores a través de la Copa Davis». Nota de prensa de *Madrid 2016*, 04 de marzo de 2009

En este sentido, es muy positiva la estrategia tomada por *Beefeater*, quien asumía como propia la imagen de Londres para promocionar la ciudad junto con su producto estrella, la ginebra. Bajo el concepto *Londonize by Beefeater* («londonízate»), la marca de bebidas englobó varias acciones como el patrocinio de la pasarela de moda de Londres, *Beefeater London Fashion*. Esta estratégica de cobranding se está poniendo de moda: *Pepe Jeans-London*, *Rimel-London*, *Carolina Herrera-NY*, *Mango-Barcelona* o *Custo-BCN* son algunas otras. Sin embargo, no todas funcionan bien, para que esta suma resulte exitosa, los atributos que identifican la ciudad y los de la marca del producto o servicio, deben ser compatibles, debe haber un fondo y no sólo quedarse en las formas (García, 2008).

En el caso de Madrid, podríamos hablar del *Real Madrid*. Los clubes españoles de fútbol poseen las marcas más valiosas de toda la industria futbolística europea, según un estudio de 2007 de *BBDO Consulting*⁶⁹. Específicamente, *Real Madrid* es la que más vale en el continente, con una estimación de 1.063 millones de euros. La segunda de más valor dentro del sector sería la de su eterno rival, el *FC Barcelona*, que cuenta con un valor estimado de 948 millones de euros⁷⁰.

Real Madrid, como en el caso de *Santander*, se encuentra entre las marcas más prestigiosas y de mayor valor de España, funcionando como embajadores nacionales y locales. *Zara*, *Santander*, *Mango* y *Real Madrid*, en un estudio realizado por la *Universidad Carlos III* en 2008 para el *Foro de Marcas Renombradas Españolas* conformaba a éstas como las marcas más reconocidas internacionalmente junto con *Seat*, *Telefónica*, *BBVA*, *Fútbol Club Barcelona*, *Sol Meliá*, *Iberia*, *Endesa*, *Iberdrola*, *Repsol*, *Freixenet*, *Bodegas Torres*, *Porcelanosa*, *Roca*, *NH* o *Carbonell*⁷¹.

José Luis Rodríguez Zapatero definió la candidatura madrileña como «la opción más fiable y segura [...] Llevamos muchos años implicados en el proyecto y es fácil que hayamos recorrido una buena parte del camino y que nos afecten mucho menos las

⁶⁹ *BBDO Consulting* es una filial de *Omnicom*, la mayor agencia de publicidad y marketing del mundo. El ranking que elabora la compañía sirve como orientación a las empresas para conocer el valor de una entidad deportiva como vehículo de su publicidad y para medir el potencial a largo plazo de un club en lo que respecta a acciones de marketing y publicidad. Esta clasificación se elabora tomando en consideración la popularidad de la marca, su imagen y las fuentes de ingresos

⁷⁰ «Real Madrid, la marca más valiosa». Madrid: *Diario Cinco Días*. 20 de septiembre de 2007

⁷¹ «Zara, Santander, Mango y Real Madrid, las marcas españolas más conocidas en el exterior». Madrid: *Diario El Economista*. 31 de marzo de 2008

dificultades económicas» y añadió, es «un proyecto de todos y que tiene mucho que ofrecer al mundo» (Borges, 2009).

c) El poder duro: la internacionalización española (1996- 2004)

La primera legislatura popular, continuó la misma política exterior respecto a la Unión Europea que la seguida por sus homólogos socialistas y también, el programa de convergencia económica iniciada por Felipe González, culminándolo con éxito.

El continuar la senda marcada desde la firma del *Tratado de la Unión*, permitió al gobierno de España navegar muy eficazmente en la misma nave económica alcista que el resto de sus socios de la *Unión*, y ello viene a confirmar que el gran éxito de este gobierno, la gestión económica, no ha sido sino la crónica de una política anunciada, esto es, la continuidad de una política cuyo diseño y cuyas pautas estaban marcadas en la no menos eficaz gestión de los antiguos equipos ministeriales (Peinado, 1997).

Un año después de su llegada al poder (1997), Aznar afirmó, en declaraciones a *The Wall Street Journal*, al ser preguntado por los buenos indicadores de coyuntura, que «El milagro soy yo» (Pardo, 2007). En 2007, en plena carrera hacia la sucesión en el *Partido Popular* tras la renuncia de Aznar a una tercera reelección, afirmó que «no existe milagro económico español. No existen milagros en economía, sino el trabajo serio consecuencia de orientaciones políticas serias, que son las que nos han permitido llegar a esta situación» (Castaño, 2002).

La Política Económica de Contención (Del Arce, 2008), ejecutada por Rodrigo Rato, consiguió cumplir los *Criterios de Convergencia Europea* (Rapallo, 1996:463-504) impuestos desde Bruselas. Por su parte, se aumentó la inversión española en el exterior, principalmente en Iberoamérica y en el norte de África, que por primera vez, superó a la inversión extranjera en España. Así, España pasaba de ser un país importador a exportador de capitales, convirtiéndose en una potencia económica expansiva. En la era González, la privatización de las empresas públicas se hecho de forma parcial; en la era Aznar, se hizo de forma total en numerosas empresas y además

con gran rapidez, a fin de incrementar la eficiencia y competitividad de la economía nacional mediante la capacidad de incentivación de estas empresas, que por su antigua condición monopolística o privilegiada, podían empujar al conjunto de la actividad económica⁷².

La segunda legislatura popular, arrancó con una gran baza para España en la escena internacional, la *Presidencia de Turno de la UE*. Las prioridades y el periodo de presidencia europea, vinieron marcados por dos factores importantes:

- En primer lugar, la introducción del euro: El 1 de enero de 2002, fecha en que comenzaba la presidencia española, el euro comenzaba a circular en los países de la Unión Económica y Monetaria. Lo que supuso un importante hito en la historia de la Unión Europea, y de España, que tuvo un doble protagonismo.
- Los atentados del 11 de septiembre contra Estados Unidos, supusieron un cambio en el orden mundial, que afectó muy directamente a la Unión Europea y a su política, tanto exterior y de defensa, como interior en la lucha contra el terrorismo interno e internacional⁷³.

España, inauguraba el siglo XXI como octava potencia económica mundial, quinto país más relevante de Europa y como séptima armada naval más poderosa⁷⁴. José María Aznar, materializó en España el *Milagro Económico Español* (Andreu, 2007). En las cuatro últimas décadas, la economía española ha experimentado un espectacular proceso de apertura, multiplicándose por más de seis el peso de las exportaciones y las importaciones de bienes y servicios sobre el PIB. La integración de España en la Unión Europea, en sus diferentes fases y modalidades, ha sido el motor de este proceso (Piedrafita, 2006:26).

Su homólogo europeo, Nicolás Sarkozy, actual presidente de la *V República Francesa*, afirmaba que⁷⁵:

«España se ha convertido en una gran nación y José María Aznar en uno de los grandes de Europa. La oposición en Francia, no ha tenido más que envidia de lo que estaba sucediendo en España. Habéis dado una lección a Europa, una lección de coraje, de inteligencia. Estoy

⁷² «Aznar dice que su programa de privatizaciones fue exitoso». Madrid: *Diario El Economista*. 08 de noviembre de 2006

⁷³ Monográfico del MAE sobre la presidencia española de turno de la Unión Europea de 2002

⁷⁴ «Crónicas de un navegante antártico». *Ministerio de Defensa*. 16 de mayo de 2007

⁷⁵ «Sarkozy: “El futuro es Mariano Rajoy y el PP”». Madrid: *Diario el País*. 5 de marzo de 2006

convencido de que la historia y los españoles harán justicia a José María Aznar y reconocerán la importancia de su etapa de gobierno».

La España de este periodo, se convirtió en uno de los mejores aliados estadounidenses en Europa. Además, el papel de presidente de turno de la UE en la *Cumbre del G8 en Kananaskis* (Canadá, 2 de julio de 2002), le ayudó a sostener y a potenciar el peso de España en los asuntos más importantes de índole internacional. En esta cumbre, Aznar – que ejercía el rol de presidente de turno de la UE - hizo famoso el deseo de España en participar en las reuniones del G8: «Ya les he dicho que se vayan acostumbrando a ver a España en este tipo de reuniones» (Cruz, 2002).

De hecho, en noviembre de 2003, en su edición especial *The World in 2004*, *The Economist* establecía que la economía española era la octava del mundo y por lo tanto, merecía incorporarse al G8⁷⁶. Fue a partir de 1998 cuando la inversión directa española en el exterior superó a la inversión directa exterior en España, es decir, cuando se aceleró el proceso de internacionalización de las empresas españolas. Tras las privatizaciones de las grandes empresas públicas españolas, se produjo un enorme esfuerzo inversor de empresas españolas en el exterior, que alcanzó su máximo en el año 2000, cuando la inversión directa extranjera fue de 5.344 millones de euros (casi el 10% del PIB) (Piedraita, 2006: 28).

En Kananaskis, también entró en juego el órdago español por la cuestión de Gibraltar. Sin embargo, «ante un problema que arranca en 1714, es sorprendente que haya quien piense que en tres semanas lo vamos a despejar, como si nos fuéramos de vacaciones de verano, nunca se había llegado tan lejos en las conversaciones sobre Gibraltar [...] justamente por llegar tan lejos, surgen las dificultades», afirmaba José María Aznar (Calgary, 2002).

La declaración más aplaudida de la cumbre, sin embargo, fue (Ayllón, 2003):

«El otro día, en Canadá, estaba con el presidente Bush, cuando éste puso los pies encima de la mesa y me preguntó: ¿Sigues haciendo deporte?. Yo le dije que sí y él comentó: Hago cuatro kilómetros en 6m. 24s. Yo puse los pies encima de la mesa y le respondí: Yo hago

⁷⁶ «España supera por primera vez los 20.000 dólares de renta per capita». Madrid: *Diario Invertia*. 20 de noviembre de 2003

10 kilómetros en 5m 20s. Es la primera vez que superamos a EE UU en algo»⁷⁷. Estos comentarios, lejos de la utilización política o jocosa por parte de algunos medios, marcaban el gran objetivo de la España del *Regeneracionismo* de finales del siglo XIX. Aznar, anunciaba que España «pronto llamará a la puerta del G8»

Entre 1996 y 2006, el perfil de las corporaciones españolas cambió de manera radical, convirtiéndose algunas de ellas en multinacionales punteras en sus sectores. A partir de mediados de la década de 2000, las empresas iniciaron una segunda fase de internacionalización, buscando oportunidades más allá de los mundos latinos, en particular en los países OCDE y los países asiáticos. A la latinoamericanización de la década anterior, está ahora sucediendo una globalización acelerada. Una nueva etapa de internacionalización se está abriendo en las empresas españolas. De multilatinas se transformaron entonces en multinacionales (Santiso 2007:89).

La España neoimperial o la conquista de las zonas de interés

En septiembre de 1996, el gobierno de Fidel Castro acusó a España de «flagrante interferencia» en sus asuntos internos y denunció las declaraciones del que iba a ser embajador de España en la isla, José Coderch, del presidente del gobierno español, José María Aznar, y del ministro de exteriores español, Abel Matutes. El choque dialéctico con Cuba, estuvo a punto de desembocar en algo peor, al anunciar José María Aznar que si «Castro mueve ficha, España moverá también ficha».

Afortunadamente, todo finalizó sin mayores consecuencias. Fidel Castro, tomando el guante que Aznar le había arrojado y utilizando el humor político, afirmó que «hubo un caballerito que como en un tablero de ajedrez me dijo que si Cuba movía fichas, ellos movían fichas y yo le dije que el destino de un país no se juega en un tablero de ajedrez» (Algañaraz, 2007).

La entrada en la segunda legislatura popular, inauguró la época de mayores tensiones políticas en la escena internacional. En abril de 2002, se producía un golpe de estado fallido en Venezuela en el que los servicios de espionaje estadounidense y

⁷⁷ «Guía de 2003». Madrid: *Observatorio de la Deuda de la Globalización*. OneWorld

español se vieron mezclados, motivado contra el entonces presidente de Venezuela, Hugo Chavez.

Esta intervención, fue reconocida en 2004 por el ministro de exteriores español, Miguel Ángel Moratinos, quien acusó a Aznar de respaldar el golpe de Estado que desplazó del poder durante dos días, al mandatario venezolano. En clara alusión a lo sucedido, tras la llegada de Rodríguez Zapatero al poder, el líder venezolano afirmó: «qué triste era aquella España que estaba tan subordinada a los mandatos de Washington, pero qué bueno ver ahora a una España feliz, libre e independiente, con ideas nuevas»⁷⁸.

Lejos de achacar el intento de golpe de estado a la sociedad española, Hugo Chavez individualizó las culpas en la figura de José María Aznar y exculpó públicamente a la sociedad española de lo sucedido: «no tengo duda de que fue cierto. Fue un gravísimo error del anterior gobierno, porque estoy seguro de que el pueblo español, las instituciones democráticas y el Rey, son buenos amigos de Venezuela»⁷⁹.

En marzo de 2004, varios mercenarios fueron detenidos en Guinea Ecuatorial, acusados de intentar dar un golpe de Estado contra el mandatario ecuatoguineano Teodoro Obiang Nguema. Los golpistas, pretendían que el entonces presidente del Gobierno español, José María Aznar, respaldara al dirigente exiliado Severo Moto como nuevo presidente de Guinea Ecuatorial, antes de las elecciones del 14 de marzo de 2004.

El primer ministro ecuatoguineano, aseguró ante la *Asamblea de Naciones Unidas* que, incluso, «España envió a las aguas jurisdiccionales guineanas dos buques de guerra de la Armada con 500 marineros a bordo para el caso de que se produjera resistencia al golpe de Estado». La operación, explicó (Ayllón, 2004):

«Iba a ser realizada por un grupo de 65 supuestos mercenarios, que fueron interceptados en Harare (Zimbawe), desde donde pretendían viajar en avión hacia Guinea. Este grupo, preparaba una operación suicida para invadir el país; eliminar físicamente al presidente, Teodoro

⁷⁸ «Moratinos acusa a Aznar de respaldar en 2002 el golpe de Estado contra Hugo Chávez». Madrid: *Diario Libertad Digital*. 22 de noviembre de 2004

⁷⁹ «Ratifica Chávez que Aznar apoyó fallido golpe de Estado en Venezuela». Cuba: *Diario el Habanero, Cuba*. 24 de noviembre de 2002

Obiang Nguema, y a quien se opusiera; y situar en su lugar a Severo Moto, cuyo gobierno en el exilio ha sido reconocido por el Gobierno de José María Aznar»

La toma de Perejil

Con la invasión del *Islote Perejil* en 2002⁸⁰, constataron las diferencias con Marruecos, que habían empeorado desde hacía unos años por el debate sobre el Sahara Occidental y marcó la puesta en escena para la exhibición del modernizado ejército español. La desigualdad de renta de la frontera Marruecos-España, la mayor del mundo, supera a la de Méjico-Estados Unidos (Chislett, 2008:03-05). El PIB per cápita español era 15, 4 veces superior al marroquí. La frontera entre España y Marruecos, a través de Ceuta y Melilla, registraba las mayores diferencias socioeconómicas del mundo, según *Naciones Unidas* (López Bueno, 2005:59-66).

La invasión marroquí - por doce gendarmes (que posteriormente, serían relevados por doce infantes de marina) y un oficial - del *Islote Perejil*, el 11 de julio de 2002⁸¹, puso a la diplomática española en jaque durante nueve días y propició un análisis de la respuesta internacional recibida y de sus consecuencias posteriores.

«Lo que habéis hecho nos parece un acto de fuerza intolerable [...] De aquí a mañana exijo una explicación y una rectificación» (Cembrero, 2006), le advirtió ese día Aznar a su homólogo marroquí, Abderrahman Yussufi. «Si lo hacéis», continuó al teléfono, «nosotros olvidaremos el incidente, pero, créeme, es una situación que el Gobierno de España no aceptará» (Cembrero, 2007).

Técnicos de la *Casa-Museo Unamuno de la Universidad de Salamanca* encontraron, durante los trabajos de investigación para el montaje de una exposición sobre Azorín, un artículo de Miguel de Unamuno fechado el 27 de junio de 1902, titulado *España-Perejil y la isla de Calipso*; este escrito fue publicado por primera vez en el periódico *Alrededor del Mundo*, de Madrid. En sus orígenes, a la *Isla Perejil* se la denominó la *Isla de Calipso*, porque en ella permaneció Ulises prisionero de los encantos de esta ninfa, según narra Homero en la Odisea.

⁸⁰ «Especial: Toma del Islote Perejil». Madrid: *El País*. Recurso electrónico visto el 16 de mayo de 2007: <http://www.elpais.com/todo-sobre/tema/toma/islote/Perejil/35/>

⁸¹ «Isla Perejil, un conflicto de nueve días». Madrid: *Diario El Mundo*. 17 julio de 2002

En 1999, el profesor Dionisio García, diplomado en *Estudios Estratégicos*, en su obra *Ceuta y Melilla*, afirmaba que el islote era una cuestión de Estado. En los antecedes históricos del peñasco, Dionisio lo vinculó siempre a la plaza portuguesa de Ceuta y, por tanto, cuando ésta pasa a manos de España, se consideró tácitamente que *Perejil* la acompaña. Aparece a lo largo de la historia de la mano del *Conde de Medina Sidonia*, en el siglo XVI y en el siglo XVIII, cuando se llegaron a trazar planos al efecto sin que nunca jamás se acometiera tal proyecto.

Además, Dionisio García aseguraba que la primera ocupación efectiva y constatada de España ocurrió en 1808, cuando se envió a algunos soldados de la dotación de Ceuta para que vigilaran los navíos franceses que cruzaban el Estrecho. Nuevamente, en 1848, se volvieron a enviar tropas al peñasco, esta vez ante la amenaza de invasión de las fuerzas inglesas. En aquellas fechas, la isla todavía disponía de una cierta importancia estratégica al posibilitar el control del *Estrecho* (Espinosa, 2002).

La única significación en los medios españoles era por su reputada fama entre los aficionados a la pesca ceutíes, que suelen acudir a dicho enclave. Así, en *el Faro de Ceuta*, del 18 de enero de 1986, se recogiera una opinión como esta: «Sería aberrante establecer propuestas estériles a estas alturas del siglo XX sobre si el baldío *Islote del Perejil* es español o no. Ni el objetivo lo merece, ni el horno está para bollos».

Ante la invasión (ocupación) marroquí, Bruselas advirtió a Marruecos de que la invasión del islote del Perejil podía dañar las relaciones con la UE. La OTAN calificó de «gesto inamistoso» la ocupación marroquí de Perejil y exigió a Rabat «la inmediata restitución del statu quo». El ministro marroquí, por su parte, de exteriores consideró desproporcionadas las reacciones de Europa y España.

Aznar decidió «echarse en brazos de Bush» porque consideró que «no podía esperar nada de la vieja Europa»⁸² debido a la falta de apoyo de la presidencia de la UE y del propio Chirac, entonces presidente de Francia, metrópoli marroquí. Así, el *Diario Expansión*, en su edición especial sobre el conflicto, afirmaba que España recibió el

⁸² «Aznar acusa a Chirac de alentar a Marruecos a tomar Perejil». Madrid: *Diario El País*. 22 de marzo de 2006

respaldo de Reino Unido, una labor «imprescindible» de mediación de Estados Unidos y una actitud de las autoridades francesas que Trillo prefirió calificar de «fría» (Valverde, 2002).

Cuando el 16 de julio de 2002, el embajador Fernando Arias-Salgado fue, a su vez, llamado a consultas por José María Aznar, el palacio real marroquí comprendió que se había dado la orden de atacar (Cembrero, 2007). «Al alba, y con un tiempo duro con viento de levante de 35 nudos», según resaltaba el ministro de Defensa Federico Trillo en su alocución explicativa en el Congreso, dos helicópteros de transporte AS-532UL Cougar trasladaron a las fuerzas españolas a puntos predeterminados por un estudio fotográfico previo, mientras otros dos helicópteros BO-105 de combate prestaban apoyo. Ya «es ineludible, que tengan mucha suerte, que Dios nos ayude y que vuelvan con el triunfo», animó José María Aznar a las tropas⁸³.

El Ministerio de Defensa calificó de «acción bélica» la toma de Perejil, pero, hecho que pasaría a formar parte de la hemeroteca nacional, no siendo así en la intervención en Iraq (González, 2009). La toma del islote, vino acompañada de una crítica al ministro de defensa, Federico Trillo, por opinar que le habría gustado ejercer en su cargo «ocho años antes» para «haber tomado la *Isla Perejil* y que nuestros pescadores pudieran pescar en las aguas de Marruecos». Opinión que por otro lado, se enmarcaba en las líneas de política estratégica de los distintos gobiernos españoles⁸⁴.

Sin embargo, la toma de Perejil, dejó notar cierta ambigüedad en las relaciones con EEUU, ya que Washington consideraba a Marruecos como su principal aliado en el Magreb. Antes de la toma, se emitió - por parte de España - la orden de desviar el vuelo de los helicópteros a otra base que no fuera Morón – debido a la presencia de militares estadounidenses -, pero la orden no llegó a todos los helicópteros, y dos de ellos aterrizaron en Morón. A las doce de la noche, la agencia *Reuters* sacaba un despacho: «Helicópteros de combate españoles se arman en Morón». Hay quien piensa que este hecho llevó a EEUU a advertir a Mohamed VI de la operación y que, precisamente, por ello, Marruecos hizo una última oferta a las tres de la madrugada: Se retirarían de Perejil si España hacía lo propio de los peñones de Vélez y de Alhucemas, así como de las Islas

⁸³ «Que Dios nos ayude y que vuelvan con el triunfo». Madrid: *Diario El Mundo*. 19 de julio de 2002

⁸⁴ «Duras críticas a Trillo por unas declaraciones sobre Perejil». Madrid: *Infomoc*. 24 de febrero de 2004

Chafarinas. Aznar rechazó la propuesta, y la operación siguió adelante hasta cerrarse con «éxito y sin disparar un solo tiro» (Valverde, 2002).

«Hay que saber que - la conquista de Perejil - no estaba solamente impulsada por Marruecos [...] Chirac apoyó a Marruecos cuando tomó Perejil». José María Aznar, hizo esta afirmación en el libro *Vecinos alejados*, del periodista Ignacio Cembrero. Este comentario fue respondido, por Michel de Bonnecorse, consejero de Chirac para África: «Todo eso es una reconstrucción a posteriori del señor Aznar, que siempre consideró que los marroquíes son incapaces por naturaleza de tomar decisiones de forma autónoma»⁸⁵.

Un editorialista de *The Washington Post*, Charles Krauthammer, manifestó en un artículo titulado «*La Guerra del Perejil*», su perplejidad por la gravedad que había adquirido el conflicto por «una isla rocosa perdida, que tiene el tamaño de un campo de fútbol». El *Departamento de Estado* rechazó con desdén estas críticas. «¿Acaso no comprenden que se trata de mucho más que del islote?», se preguntó uno de sus portavoces⁸⁶.

La diplomacia de Washington apostó por mantener «el estatus quo anterior al mes de julio», según señaló Richard Boucher, portavoz del *Departamento de Estado* norteamericano. El *plan de Powell* estipulaba que tanto España como Marruecos retirarían cualquier «bandera o símbolo de soberanía».

Sin embargo, el propio secretario de estado estadounidense, Colin Powell, denominó «estúpida isla» al *Islote de Perejil* en una entrevista en la revista *GQ*. Powell informó a los marroquíes de que tenían diez minutos para contactar con el rey, porque él se «disponía a ir a jugar con sus nietos y los españoles no abandonarían la isla [...] Es una historia tonta, pero ilustra muchas cosas», espetó⁸⁷.

⁸⁵ «Aznar acusa a Chirac de alentar a Marruecos a tomar Perejil». Madrid: *Diario El País*. 22 de marzo de 2006

⁸⁶ «EEUU y Francia, vencedores de la crisis de Perejil». Sevilla: *Web del Islam*. 27 de julio de 2002

⁸⁷ «Powell, aseguró que medió en el litigio sobre la "estúpida isla Perejil" porque se lo pidió Palacio». Madrid: *Diario El País*. 07 de mayo de 2004

El hecho de que EEUU fuera quien lograra el acuerdo final pareció dejar una vez a los europeos en evidencia dentro del enfrentamiento entre la nueva y la vieja Europa y el triángulo atlántico. Consciente de ello, el jefe de la política exterior de la UE, Javier Solana, señaló que «le parecía normal que Marruecos hubiera pedido a un tercer país (EEUU) que interviniera, dado que «un país miembro de la UE estaba implicado [...] Sin embargo, esto no quiere decir que Europa no haya jugado un papel muy activo», manifestó. La *Comisión Europea* también «agradeció» a EEUU sus esfuerzos de mediación⁸⁸.

Las consecuencias de la invasión y posterior toma del islote, han sido - paradójicamente - más beneficiosas para Marruecos que para España. De una parte, la cuestión de Perejil abrió una grieta en el papel moderador y colaborador de la OTAN. Perejil, es una isla situada al *Norte del Trópico de Cáncer*, y por lo tanto, territorio incluido en el artículo VI del *Tratado de Washington* donde es de aplicación el artículo V, que faculta a España para pedir ayuda a sus aliados de la OTAN en caso de agresión militar, como ocurrió en la isla del *Perejil*. Sin embargo, la posición que adoptó la OTAN menoscabó los problemas españoles en el Norte de África con Marruecos (García Florez, 2002).

De otra parte, la amistad Bush-Blair-Aznar (*Triángulo Atlántico*) que acabaría conformando la *Alianza de las Azores*⁸⁹, en detrimento de la *Vieja Europa*⁹⁰, no se extendió a una alianza hispano-estadounidense tras la victoria de Rodríguez Zapatero en las elecciones de marzo de 2004. Esto, motivó varias actuaciones internacionales entre Estados Unidos y Marruecos ante las que España permaneció al margen:

- En junio de 2004, el presidente de Estados Unidos, otorgó a Marruecos el estatus de «aliado militar preferente» (MNNA), que convertía al ejército marroquí en el más privilegiado por el Pentágono en el Magreb, alterando las relaciones de poder en esta zona estratégica (Segovia,

⁸⁸ «EEUU y Francia, vencedores de la crisis de Perejil». Sevilla: *Web del Islam*. 27 de julio de 2002

⁸⁹ La *Alianza de las Azores* reunió al presidente de EE UU, George W. Bush, al presidente de Reino Unido, Tony Blair y el presidente español, José María Aznar en la isla Terceira, en las Azores (Portugal) el 16 de marzo de 2003, para lanzar un ultimátum a la ONU y presionar al Consejo de Seguridad para que autorizase el uso de la fuerza contra Irak

⁹⁰ El ministro de defensa estadounidense, Donald Rumsfeld, como respuesta a la oposición franco-germana a la *Guerra de Iraq* afirmó: «Alemania es un problema, Francia es un problema. No veo a Europa como Alemania y Francia. Pienso que ésa es la *Vieja Europa*». Idea que se contraponía a la *Nueva Europa*, que se asemejaba al eje Roma-Madrid-Londres, germen de la *Alianza de las Azores*.

2004). El estatus MNNA no implicaba una vinculación tan firme como la que une a Estados Unidos con sus socios de la OTAN, pero a efectos de equipamiento militar era parecida.

- En mayo de 2007, EEUU creó un mando regional para África, el AFRICOM, que respondía a los cambios estratégicos del fin de la *Guerra Fría* y a las nuevas prioridades en los intereses globales y regionales de EEUU, pero que planteaba una aproximación diferente para la zona, tras las experiencias de Afganistán, Irak y de la *Guerra Global al Terror* (García Cantalapiedra, 2007). De este proyecto, Marruecos se vería beneficiado, ya que el objetivo era que esta base aeronaval se situase en la ciudad de Tan Tan (una ciudad de 10.000 habitantes, situada entre las localidades de Ifni y Tarfaya, a 25 kilómetros de la costa que se enfrenta a las islas canarias de Lanzarote y Fuerteventura), en la frontera entre Marruecos y el Sáhara Occidental. Actualmente, la sede del AFRICOM está entre Stuttgart (Alemania) y Rota. Fuentes militares españolas apuntaron que debido a las malas relaciones entre Zapatero y EE.UU., podrían haber influido para que la sede de este mando militar no se instalase en algún punto de España, como Canarias (Cervilla, 2009).

Por su parte, el desencuentro Aznar-Chirac en la ocupación y la posterior toma del *Islote de Perejil*, la creación de la *Unión para el Mediterráneo* (Cervilla, 2009) entre Sarkozy y Rodríguez Zapatero (por iniciativa del primero) y la creación de AFRICOM en una zona de influencia gala, motivaron un paso adelante en la presión francesa en el Mediterráneo Occidental:

- Inicio de la construcción de una base naval militar en la localidad de Alcázar Seghir, cerca del Estrecho de Gibraltar, entre Ceuta y Tánger. Puerto militar situado en la orilla mediterránea marroquí que serviría como enlace para las fragatas y naves de la marina real marroquí encargadas de la protección de la costa. Cabe decir que Marruecos ya contaba con otra base naval en sus 512 kilómetros de costa mediterránea, situada en Alhucemas, a unos 150 kilómetros al oeste de Melilla, inaugurada en 1977. La nueva base, serviría de enlace de la flota francesa en el Mediterráneo (Rubio, 2006).
- Con el pretexto de la lucha antiterrorista, la escalada militar con Argelia y el conflicto del Sahara, Mohamed VI tomó la decisión de poseer unas Fuerzas Armadas más preparadas, multiplicando el gasto en material bélico. Francia se ha convertido en el principal proveedor de armas, encontrando, la fórmula para eludir las restricciones de uso impuestas por Estados Unidos al armamento que éste vende a sus aliados (restricciones que afectaba a su uso contra España). Rabat mantenía una gran opacidad sobre su rearme, hasta el extremo de no entregar al Registro de Armas Convencionales de la ONU la relación del armamento adquirido. La UE advirtió que la transparencia en materia de armamento era un instrumento importante para fomentar la confianza y la seguridad entre los estados (Montánchez, 2002). En mayo de 2005, por su parte, también el Gobierno español vendió al régimen de Mohamed VI, una veintena de carros de combate M-60 (versión A3), de fabricación norteamericana, desplegados en las guarniciones de

Ceuta y Melilla, y que el Ejército de Tierra tenía previsto sustituir por los nuevos carros Leopardo, además, a finales de 2006, Marruecos compró otros 1.200 vehículos blindados VAMTAC, 800 camiones cisterna o ambulancia y 10 patrulleras para mejorar la vigilancia de sus costas. En abril de 2008, Francia y Marruecos acordaron la venta a Marruecos de una fragata multi-misión (FREMM) por un importe que se eleva a 500 millones de euros, «idéntica a aquellas con las que cuenta la Marina francesa, lo cual permitirá una cooperación más fácil entre las dos Marinas en materia de entrenamiento de las tripulaciones». En junio de 2008, además, España acordó la venta a Marruecos de seis torpedos ligeros MK-46, clase 2, destinados a la Marina Real marroquí (Montáchez, 2005).

La Guerra de Iraq en 2003

Por último, cabe reseñar la presencia de España en la foto de las Azores y su apoyo a la intervención militar en Iraq. Como bien reafirmó el propio José María Anzar, con esa foto «no queremos ver a España sentada en el rincón de la historia, en el rincón de los países que no cuentan, que no sirven [...] queremos devolver a España al lugar que le corresponde» (Cembrero, 2007).

El apoyo del gobierno español a EEUU en su política respecto a Iraq se ha justificado también en términos de imagen y, más concretamente, de la influencia que se podía ganar en EEUU a través de los latinos o hispanos, los inmigrantes latinoamericanos, sobre todo centroamericanos, que hablan español. Fuese o no la causa última de la política española, la mejor prueba del interés del gobierno español por ese colectivo norteamericano son las dos giras del presidente Aznar por los Estados con una mayor presencia de población hispana en julio y en septiembre de 2003. También, coincidiendo con el primero de los viajes, se lanzó la campaña *Spain: the friend in Europe* con inserciones en los principales medios norteamericanos (Noya, 2003).

La relación de España con los hispanos es también un medio para mejorar las relaciones con EEUU. Pero a pesar de la buena imagen de España entre los hispanos, no es tan fácil influir políticamente sobre esta comunidad emergente para convertirlos en un «lobby proespañol», como puedan serlo los judíos respecto a Israel. Aunque en España, durante el segundo mandato de Aznar, hubo una estrategia clara de instrumentalizar a los hispanos para ganar influencia en EEUU, el modelo judío, citado a veces por alguno de sus inspiradores, es ilusorio: primero, porque la relación de los

judíos estadounidenses con Israel es más intensa de la que pueden mantener los hispanos con España; segundo, porque también se tiende a sobrevalorar la influencia de los judíos sobre la política norteamericana (Noya, 2008:119).

En 2003, en la reunión mantenida en Quintos de Mora (Ayllón, 2003) entre Aznar y Chirac, el español espetó al francés – en relación a su posición de dar su apoyo a Estados Unidos y a Reino Unido en la invasión de Iraq – que su posición sobre el conflicto, bien estaba fundamentada en el peso de lo hispano en Estados Unidos. El 11 de octubre de 2003, en una entrevista en *The Wall Street Journal*, Aznar hacía pública su conversación con Chirac (Insua, 2003):

«Una persona me preguntó recientemente por qué tenía yo esta actitud con respecto a la guerra, y yo le respondí, ¿qué harías tú si tuvieras en Estados Unidos 40 o 50 millones de personas que hablan tu lengua?. No me respondió, y yo seguí diciendo, ¿qué harías tú si esos 40 o 50 millones de personas están destinadas a convertirse en pocas décadas en 80 millones?. No me respondió, porque no tenía respuesta»

El progreso económico, la intensificación de las relaciones europeas y el protagonismo internacional español, convirtieron el periodo de gobierno popular en una España muy influenciada en el poder duro. En este sentido, el semanario británico *The Economist*, afirmaba, en relación a la guerra de Iraq, que «buena parte del discurso se centraba en que, con unas hábiles relaciones públicas, Estados Unidos podía ganar la guerra de propaganda». Pero continuaba, «Rumsfeld olvidaba la primera regla del marketing, si tienes un mal producto, ni la mejor publicidad conseguirá venderlo. Es un error confiar demasiado sólo en el poder duro o en el poder blando. La capacidad para combinarlos eficazmente es el poder inteligente» (Nye, 2006).

Para Javier Noya, investigador principal del *Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos* (Barbería, 2006):

«Tras el 11S, en un mundo que parecía resquebrajarse, Aznar vio la oportunidad de dar un nuevo paso e integrar definitivamente a España en el selecto grupo de las potencias. Pensó que con una España moderna integrada en la UE no se trataba ya, simplemente, de llamar la atención, sino de influir directamente en el mundo. Era una iniciativa utópica [...] porque España no tiene los recursos militares, políticos y económicos suficientes y, sobre todo, porque no se

puede hacer un movimiento de esa entidad si no tienes a tu propio país detrás, si no tienes en cuenta que los españoles [...] son profundamente europeístas y antiamericanos. Un país no se hace forzosamente serio sólo por ponerse al servicio de los Estados Unidos»

El papel de España en este conflicto estuvo, entre otros órdenes, influido por la negativa de la mayor parte de la población española a la intervención directa en la ocupación (96%), así, el entonces presidente Tony Blair, espetó al dirigente español que «un 4% era apenas el porcentaje que diría en una encuesta que Elvis seguía vivo» (Suárez, 2007).

Sin embargo, desde España, se usó esta relación bilateral para conseguir objetivos patrios. Según *The Daily Telegraph*, en mayo de 2003, Aznar escribió una carta a Bush en la que le pedía que presionara a Blair y que diera aliento a las aletargadas conversaciones sobre Gibraltar⁹¹.



Comenzado el conflicto con Iraq, Aznar se situaba entre los líderes mundiales. Tras la derrota de Saddam Hussein, el gobierno de EE.UU. confeccionó una baraja de naipes con los iraquíes del régimen más buscados por los aliados y en el que el exdictador iraquí representaba al *As de Espadas*. Con la victoria de Rodríguez Zapatero en las elecciones generales de 2004 y la retirada de José María Aznar del ámbito político, el semanario *The Economist*, publicó el 20 de marzo de ese año una portada – bajo el título «*Uno ha caído, ¿quedan tres?*» - en la que aparecían los promotores de la guerra de Iraq caracterizados en un juego de naipes, en el que el expresidente español José María Aznar representaba al *As de Tréboles* y aparecía tachado de la baraja.

En agosto de 2008, en una entrevista en el *Diario El Mundo*, José María Aznar afirmó que (Esteban, 2008):

«Felipe González no me apreciaba. Recibí una herencia muy mala y dejé el país más rico de la Historia de España [...] Prefería abrir las ventanas en La Moncloa que levantar las alfombras. No llegábamos al Gobierno para revisar el pasado [...] el PSOE pagará tarde o

⁹¹ «Aznar pidió a Bush que mediara sobre Gibraltar». Madrid: *Web de la Cadena Ser*. 20 de junio de 2008

temprano un precio por su tremenda deslealtad tras la masacre del 11-M [...] Por mucho que algunos se empecinen nunca me voy a arrepentir de la foto de las Azores, fue algo histórico»

d) El poder blando: la España Zen (2004- 2010)

La llegada de Rodríguez Zapatero al poder tras el 11-M, la retirada de las tropas españolas de Iraq, el programa de extensión de derechos sociales, el compromiso social de su discurso, el consenso político dentro de sus fronteras y una política exterior comprometida fuera de ellas, conformaron los ingredientes del *poder blando español* en su más estado puro. Ingredientes que, además, atraieron muy pronto el interés de muchos medios nacionales e internacionales que veían un gran cambio para la España del siglo XXI.

Tras la victoria de Rodríguez Zapatero, se ha producido una conmoción internacional. «España es ahora protagonista internacional porque el replanteamiento de Zapatero sobre la participación española en la *Guerra de Iraq* y su inminente acercamiento a Europa, ha movido todo el tablero internacional. Estos días se habla de España más que nunca, pero en el sentido opuesto al que hubiese deseado Aznar, porque lo que se impulsa es el reforzamiento de la unidad europea», señalaron fuentes del área de relaciones internacionales del PSOE tras el 14M de 2004 (Aizpeolea, 2004).

Consenso, derechos sociales y políticas de igualdad



La revista norteamericana *Time*, consideró en septiembre de 2004 a Rodríguez Zapatero como un *Presidente Zen*, le dedicó su portada y le describió como «un demócrata radical comprometido con el feminismo y símbolo del cambio en España». Apelativo – Zen – que se ganó, según *Time*, por el diseño de su oficina en el Palacio de la Moncloa de Madrid (Rodrigo, 2004).

En abril de 2006, la revista estadounidense *Newsweek*, también dedicaba su portada a Rodríguez Zapatero (Mcguire, 2006):

«España puede haber encontrado el secreto del equilibrio entre un alto crecimiento económico y la armonía social [...] una combinación de libertad social y dinamismo económico parece haber dado un impulso a todo el país [...] ha transformado la sociedad española con mano izquierda y ha dirigido la economía con la derecha [...] Las tradicionales potencias europeas no ven una tercera vía entre sus sistemas de bienestar social insostenibles y el llamado capitalismo anglosajón, Zapatero puede haberla encontrado [...] Ha implantado reformas sociales igualmente llamativas como la prohibición de fumar en los espacios públicos, los matrimonios homosexuales y la amnistía a cientos de miles de inmigrantes [...] Los éxitos de Rodríguez Zapatero, son tanto más notables por el hecho de que eran tan inesperados después de que los socialistas llegaran al poder tras los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid y tras dar un vuelco en las encuestas que vaticinaban la victoria del conservador *Partido Popular*»



Por su parte, Rodríguez Zapatero, ha sido también portada de la revista española gay *Zero* en tres ocasiones (2003, 2005 y 2008). En 2002, con la inclusión de la legalización del matrimonio

homosexual en el programa socialista, *Zero* dedicó su portada al presidente socialista bajo el título: «*Matrimonio, sí. Adopción, ya veremos*»⁹², «impediremos que se dé un solo paso atrás en el terreno conquistado [...] no permitiré que Rajoy niegue los derechos a ninguna familia», afirmaba el entonces candidato socialista a la presidencia del gobierno. Sería necesario esperar a 2005 cuando, bajo el título «*Zapatero, un país mejor*», Rodríguez Zapatero – como presidente del Gobierno de España - aludía a España en repetidas ocasiones como ejemplo de igualdad, respeto, tolerancia y modernidad para con Europa⁹³:

«A partir de ahora existirá un antes y un después, una fecha que pasará a la historia como el día en el que lesbianas y gays se vieron reconocidos y alcanzaron la igualdad formal [...] Sintamos el orgullo ciudadano de pertenecer a un país moderno que fortalece su cohesión

⁹² Edición de la revista *Zero* del 9 de julio de 2002

⁹³ Edición de la revista *Zero* del 17 de marzo de 2008

mediante leyes y políticas de libertad e igualdad», afirmó, en relación a la ya aprobada ley que permitía los matrimonios homosexuales⁹⁴. En su tercera aparición, en 2008, Rodríguez Zapatero afirmó que «en España se gobierna con la ley, no con el catecismo» y que con la nueva ley aprobada, se «amparará y defenderá a todos para prever y sancionar las conductas discriminatorias en todos los escenarios»

Entre 2004 y 2008, el ejecutivo de Rodríguez Zapatero aprobó 167 leyes, quedándose a ocho leyes de las 175 que sacó adelante el Gobierno de José María Aznar entre 2000 y 2004. Sin embargo, la expectación nacional no se debían tanto a la cantidad de desarrollos legislativos sino a su temática, ya que abordaban áreas sociales muy delicadas y controvertidas, destacando: *la Ley contra la violencia de género (Ley Orgánica 1/2004)*, *la Ley que ordenó la devolución de los “archivos de Salamanca” a la Generalitat de Cataluña (Ley 21/2005)*, *la Ley de Reforma de RTVE (Ley 17/2006)*, *la Ley del Carné por puntos (Ley 17/2005)*, *la Ley antitabaco (Ley 28/2005)*, *la Ley de matrimonio homosexual (Ley 13/2005)*, *la Ley de reproducción asistida (Ley 14/2006)*, *la Ley de igualdad (Ley 3/2007)*, *la Ley de Dependencia (Ley 39/2006)* o *la Ley de Memoria Histórica (Ley 52/2007)*⁹⁵.

Como rezaba su programa electoral, el «gobierno socialista contará con igual número de mujeres que de hombres, como símbolo inequívoco de nuestro compromiso con la paridad», motivo por el que Rodríguez Zapatero nombró ocho ministros y ocho ministras en su primera legislatura y a una vicepresidencia primera, María Teresa Fernández de la Vega (Alvarez Sánchez, 2004), marcando un hito en la política nacional. La mayor puesta en escena de esta nueva etapa, fue la aparición de las ocho ministras en un amplio reportaje fotográfico en la revista *Vogue* del 19 de agosto de 2004, bajo el título *Ocho mujeres para la historia*.



⁹⁴ Edición de la revista *Zero* del 28 de junio de 2005

⁹⁵ «Zapatero opina que España sale «fortalecida» tras una legislatura caracterizada por las mejoras y los cambios». Madrid: *Diario ABC*. 28 de diciembre de 2007

Ante la puesta de largo del nuevo gobierno, el primer ministro italiano, Silvio Berlusconi, bromeó sobre el gabinete de Rodríguez Zapatero - *Gobierno Rosa* – al espetar que⁹⁶:

«Tendrá dificultad en gobernar a tantas ministras [...] Os ruego que recordéis que yo he apreciado mucho el color rosa de ese Gobierno y he dicho que vale la pena seguirlo, ya que puede ocurrir que sus componente promuevan una serie de medidas que surgen de sus vidas, de la realidad concreta de ser madres y esposas y mujeres que trabajan [...] prevalecen los hombres y que no podría darse un Gobierno similar al español [...] Zapatero ha hecho un Gobierno demasiado rosa que nosotros no podemos hacer porque en Italia hay una prevalencia de hombres en política y no es fácil encontrar mujeres protagonistas preparadas para la actividad de Gobierno»

Rodríguez Zapatero, afirmó en un artículo publicado en la revista *Marie Claire*, en 2007, que⁹⁷:

«Soy un hombre feminista que ha hecho fe pública y reiterada de esa militancia», pero que le gustaría abandonarla «el mismo día que la realidad de la sociedad española y del mercado laboral español convierta esa militancia en innecesaria [...] tenemos en una mano la *Ley de Igualdad* y en la otra la propia fe de nuestras jóvenes en su inteligencia y su poder [...] vamos por el bueno camino, los hombres y las mujeres son iguales y la conciliación entre vida laboral y familiar no es una tarea sesgada hacia un sexo, sino una meta compartida por la parte femenina y masculina de las familias [...] ¡Es que soy rojo! No me siento incómodo sino todo contrario, porque nada me ha enseñado la derecha»



Esta tendencia, caló – paradójicamente – también en las filas femeninas de la oposición. De una parte, Soraya Sáenz de Santamaría, portavoz del PP en el Congreso de los Diputados, copaba el protagonismo de las páginas del *Diario El Mundo* del 16 de enero de 2009 (Herrero, 2009), donde afirmó que:

«El día que no se nos cuente – a las mujeres - como número, ni en el Congreso ni en el *Consejo de Ministros*, será signo de normalidad [...] Todavía resulta un mundo muy masculino.

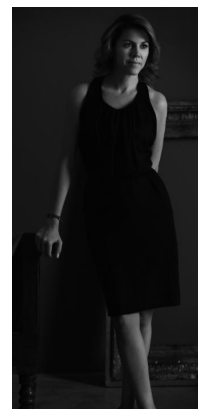
⁹⁶ «Berlusconi: "Zapatero tendrá dificultad en gobernar con tanta ministra"». Madrid: *Diario El País*. 15 de marzo de 2008

⁹⁷ «Zapatero reitera en *Marie Claire* que es un "hombre feminista" aunque quiere dejar de serlo pronto». Madrid: *Libertad Digital*. 18 de octubre de 2007

A las mujeres en edad fértil se nos mira como sospechosas. Piensan que cuando te embarazas vas a dejar de rendir. Ellos, en cambio, pueden tener hijos y las mismas responsabilidades».



De otra parte, Rosa Díez, Secretaria General de UPyD apareció pocas semanas después en ABC, reivindicando una posición parecida⁹⁸. El 19 de noviembre de 2009, en una entrevista en la revista *Vanity Fair*, la número dos del PP, María Dolores de Cospedal, aparecía también de semajente forma⁹⁹.



Una política exterior comprometida

Siguiendo con el ejemplo del poder blando español, para el primer Gobierno de Rodríguez Zapatero, en 2004 y en boca del ministro de exteriores español, Miguel Ángel Moratinos, cinco fueron las áreas vitales para la nueva política exterior española (Guedán, 2008:6-11):

- Garantizar la paz y la seguridad nacional mediante la llamada *Estrategia Global contra el Terrorismo* y el impulso de la *Alianza de Civilizaciones*
- Luchar contra la pobreza con el *Plan África* y el un aumento de la *Ayuda Oficial al Desarrollo*
- Regular y legalizar la emigración, impulsando la *Conferencia Ministerial Euroafricana* de Rabat
- Alcanzar acuerdos para garantizar un futuro estable en los temas energéticos y medioambientales.

Sin embargo, también se quisieron revitalizar los vínculos con América Latina, recuperando y reforzando la concertación política con la región, tanto a nivel de las *Cumbres Iberoamericanas*¹⁰⁰, como a nivel bilateral y también, a través de la *Secretaría*

⁹⁸ «Entrevista de Rosa Díez». Madrid: *Dominical de ABC*. 15 de febrero de 2009

⁹⁹ «Cospedal asegura que ha tenido "cero problemas" con Aguirre». Madrid: *Diario El País*. 19 de noviembre de 2009

¹⁰⁰ Las *Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno* son reuniones anuales de casi la totalidad de países iberoamericanos, Portugal, España y Andorra, que se realizan de forma periódica desde 1991 y en la Estados Unidos está representado a través de Puerto Rico. Excepto en las primeras cumbres, cada una gira alrededor de algún un tema. Al acabar las deliberaciones de los países

*General Iberoamericana*¹⁰¹, y del apoyo a la iniciativa de los presidentes Lula y Chirac de impulsar, en colaboración con el secretario general de *Naciones Unidas*, una *Alianza contra el Hambre*. En 2006, se aprobó por el *Consejo de Ministros*, el *Acuerdo de Medidas para la Potenciación de la Acción Exterior del Estado*, mediante el cual se crearon doce nuevos consulados y doce nuevas embajadas y se acordó la incorporación de funcionarios de los cuerpos de gestión a embajadas y consulados¹⁰².

En 2004, se produjo en Madrid la reunión trilateral entre los dirigentes de Francia, Alemania y España, donde se escenificaba «la vuelta de España al corazón de Europa», tras el *Triángulo Transatlántico* de la etapa anterior, configurándose como nuevo motor de la construcción europea: Alemania, Francia y España, a través de la ratificación de la *Constitución Europea*. España sería el primer país europeo en aprobar la *Constitución* con un referéndum. Por esa razón, «he invitado a mis amigos, a los señores Chirac y Schröder, a que participen en una ceremonia en favor de la difusión y la aprobación de ese texto, y esperamos que también haya otro u otros representantes de los países de la Unión Europea. Asimismo, he propuesto organizar ceremonias y actos para demostrar la importancia que tiene la *Constitución europea*», afirmó Rodríguez Zapatero¹⁰³.

Sin embargo, en 2005, el acto conjunto de apoyo a la *Constitución Europea* previsto en Barcelona sólo contó con la presencia del jefe del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, y del presidente francés, Jacques Chirac, ya que, Silvio Berlusconi, y Gerhard Schröder, cancelaron su presencia por culpa de la gripe¹⁰⁴.

En 2004, tras los atentados del 11 de marzo en Madrid, el *Parlamento Europeo* propuso que el acto solemne de firma de la *Constitución Europea* se celebrase en

participantes, se redacta una declaración, el documento final, con una declaración de principios respecto al tema tratado y los acuerdos pactados por los países miembros.

¹⁰¹ La *Secretaría General Iberoamericana* (SEGIB) coordina las *Cumbres Iberoamericanas de la Comunidad Iberoamericana de Naciones*. Tiene un papel central ya que asume la coordinación y gestión de las Cumbres, además de ser una pieza clave para la vertebración de una estructura institucional en Iberoamérica. La SEGIB fue fundada en el año 2003, en la *XIII Cumbre Iberoamericana de Bolivia*, siendo nombrado su secretario general el 2005. Su sede está en Madrid, España.

¹⁰² Acuerdo del *Consejo de Ministros* por el que se aprueban medidas para la potenciación de la acción exterior del Estado, BOE, 15 de septiembre de 2007

¹⁰³ «Zapatero proclama que 'la vieja Europa está como nueva'». Madrid: *Diario El Mundo*. 14 de septiembre de 2004

¹⁰⁴ «Schröder y Berlusconi cancelan su presencia en el acto europeísta de Barcelona por culpa de la gripe». Madrid: *Diario El Mundo*. 11 de febrero de 2005

Madrid, la capital española. Sin embargo, Rodríguez Zapatero, se comprometió posteriormente ante el primer ministro italiano, Silvio Berlusconi, a apoyar la candidatura de la capital italiana para acoger la ceremonia, hecho que éste agradeció públicamente¹⁰⁵. Tras la firma de la *Carta Magna* en noviembre de ese año en Roma, los 25 miembros de la UE dispusieron de dos años para ratificarla, condición indispensable para su entrada en vigor. España, fue el primer país europeo en refrendar la carta magna con un 42% de participación, obteniendo un *sí* por el 76,73% de los votantes¹⁰⁶.

Sin embargo, este hito histórico, diplomático y político no obtuvo los resultados esperados (Torreblanca, 2005). De una parte, porque la firma se trasladaba de Madrid a Roma (eliminando el protagonismo histórico español); de otra, porque el referéndum en España tuvo el peor resultado de afluencia a las urnas de la historia democrática (42% de participación) y por último; porque en Francia y Holanda - con una participación del 69% y 63%, respectivamente, refrendaron con un *no* el proyecto, provocando una crisis institucional en la UE, pese a que los esfuerzo de España, que lideraba el proyecto y que reunió a los dieciocho estados que habían ratificado la *Constitución Europea* con *sí* en enero de 2007, en Madrid, con el objetivo de «hacer más visible el *sí*» debido a «la influencia *del no*, que durante los dos últimos años ha estado dominando el debate político europeo en este campo» (Missé, 2007). La postura española se resumía en la frase: «Europa no es el problema, Europa es la solución» (Trias, 2006).

En 2006, en una entrevista en el diario *Corriere della Sera*, Rodríguez Zapatero afirmó «que España no va a pedir el ingreso en el G8, el club los países más poderosos del mundo, a pesar de que ya ha superado a Canadá [...] Estamos tranquilos donde estamos. Quizás hoy el mundo necesite mirar más allá del G-8 para afrontar los grandes problemas, como las enormes desigualdades y las consecuencias del cambio climático. Ocho países son pocos». Afirmación que contrastaba con la postura de los expresidentes Felipe González y José María Aznar, que en junio de 2005 habían manifestado que España estuviera más presente en los organismos internacionales. Por su parte, el

¹⁰⁵ «La Constitución Europea se firmará el próximo noviembre en Roma». Madrid: *Diario El Mundo*. 29 de junio de 2005

¹⁰⁶ «Los españoles dicen 'sí' a la Constitución Europea». Madrid: *Diario El Mundo*. 21 de febrero de 2005

entonces vicepresidente Pedro Solbes, también pidió más peso en el *Fondo Monetario Internacional* (Vignolo, 2006).

En 2008, con la nueva legislatura socialista, Rodríguez Zapatero pronunció en el auditorio del Museo del Prado una conferencia bajo el título *En interés de España: una política exterior comprometida*, que marcaba los principales ejes de la política exterior de la nueva legislatura¹⁰⁷:

- A la vocación europeísta y al compromiso con Latinoamérica, mostrado en su primera legislatura, se unía el refuerzo de las relaciones con EE.UU. y potenciar las relaciones con África y Asia.
- Potenciar las posibilidades de inversión de las empresas españolas en el exterior, como una de las vías para superar las dificultades económicas, pues «el crecimiento económico se juega en una parte cada vez más significativa en el exterior»
- Introducir mejoras en la capacidad de exportación, nuevos mercados y seguridad jurídica
- Promocionar las interconexiones y de la homogeneización de los grandes actores económicos para que «reglas iguales no beneficien o perjudiquen a empresas diferentes»
- Crear una comisión internacional que vele por la abolición universal de la pena de muerte.

El cielo es el límite

En 2005, Emilio Botín, presentaba los beneficios hipermillonarios registrados durante el año fiscal y afirmaba que «el cielo es el límite» para las empresas españolas. Hasta 6.220 millones de euros en ganancias para el *Santander*, una cifra que se eleva hasta los 13.240 millones si se contaba a los principales bancos y cajas de España (Felipe, 2006).

En 2003, el cociente entre la formación bruta de capital fijo y el PIB se mantuvo en el entorno del 22%, lo que representaba el quinto valor más alto de toda la UE, únicamente superado por República Checa, Letonia, Eslovaquia y Estonia. Si el estudio se ciñera a la antigua UE-15, España ocuparía el primer lugar. Sin embargo, el retraso que acumulaba en gasto en *Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico (I+D)*,

¹⁰⁷ Discurso de la conferencia *En interés de España: una política exterior comprometida*, Palacio del Pardo, Madrid, 16 de junio de 2008

estaba lejos de la media europea, del 1,93%. De igual modo, España contaba en 2001 con un total de 441,7 médicos colegiados por cada 100.000 habitantes, un registro sólo superado por Grecia, con 454, e Italia, con 603 facultativos por cada 100.000 habitantes. Sin embargo, junto con Chipre y Reino Unido, lideraba la clasificación de países con menor número de camas por cada 100.000 habitantes, con 365, 404 y 408 respectivamente (Díaz Guijarro, 2004).

En 2004, según un estudio del INE de veinticinco indicadores básicos - como población, economía, empleo, sociedad, energía o medio ambiente -, España era la quinta economía de la Unión Europea por volumen de PIB, con un nivel de precios catorce puntos inferior a la media comunitaria¹⁰⁸.

La proyección internacional de empresas como *Zara* (Inditex), *Telefónica* o *Santander* fue acompañada de una expansión global de otras muchas empresas en sectores muy diversos. En 2006, España era el tercer exportador de capital en inversiones directas del mundo después de Estados Unidos y Francia. La prensa internacional daba cuenta de noticias como la entrada del *Santander* en *Sovereign Bank* de EEUU, la empresa *Acciona* operaba en Australia para la construcción del parque eólico de *Waubra*, *Ebro Pulevala* absorbía *Minute Rice*, la adquisición por parte de *Ferrovial* del gestor aeroportuario británico *BAA*, o la de *Telefónica* comprando del operador británico de móviles *O2* copaban páginas de los rotativos británicos. En 2007, la inversión española en el exterior marcó un nuevo récord histórico alcanzando los 90.955 millones de euros, culminando el proceso con la operación del *Santander - ABN Amro* (Pedreño, 2008).

En 2006, España se consolidaba como segunda potencia turística, tras Francia, al recibir 58,5 millones de visitantes, un 4,5% respecto al año anterior, según la *Organización Mundial del Turismo* (OMT). El secretario general de la OMT, Francesco Frangialli, señaló que España había obtenido unos «resultados superiores» que sus más próximos competidores europeos con «un desarrollo del turismo bastante más positivo»,

¹⁰⁸ *España es la quinta economía de la Unión Europea por PIB*. Instituto Nacional de Estadística. Estudio elaborado el 9 de diciembre de 2004

sin embargo, vaticinó que China se acercaba «peligrosamente» a España y que probablemente, le acabaría arrebatando el puesto, aunque no antes del año 2010¹⁰⁹.

En ese mismo año, España superaba a Canadá en PIB, configurándose como el séptimo país más industrializado del mundo. El PIB español rozaba el billón de euros, un crecimiento que alcanzó el 3,8%, por encima de lo que registraron las principales naciones industrializadas, según los datos que divulgó el gobernador del *Banco de España*, Miguel Ángel Fernández Ordóñez ante el *Círculo de Economía* - principal foro empresarial y académico catalán- a principios de 2007 (Pérez, 2007).

En 2007, España superaba a Italia en PIB por habitante, colocándose en el puesto duodécimo de la UE al pasar del 103% de la media comunitaria en 2005, al 105% en 2006, según los datos publicados por *Eurostat*, oficina de estadísticas europea. Por su parte, el PIB italiano per cápita bajaba del 105% al 103%. Ante este hecho, el secretario de estado de economía, David Vega, afirmó que es una «muy buena noticia para España, país que ha protagonizado el proceso de convergencia más rápido en 10 años». El director de la *Oficina Económica del Presidente*, David Taguas, destacó que «es un hito histórico, ya que podemos decir que hemos convergido de verdad después de 21 años de nuestra incorporación a la UE». Por su parte, el ministro de trabajo y Asuntos Sociales, Jesús Caldera, afirmó que (Carbajosa, 2007):

«Esto demuestra el éxito de desarrollo que ha sufrido España durante los últimos años y que es un mérito de toda la sociedad española [...] en los últimos tres años y medio la diferencia España ha recortado un 5% la riqueza con respecto a los países más desarrollados de la zona euro [...] esto tiene que servir a España, no para presumir, sino para ser más solidarios, como lo han sido con nosotros cuando España ingresó en la UE»

En este sentido, Rodríguez Zapatero, adelantó - en su primer encuentro oficial con empresarios de Cataluña (24 de octubre de 2006) - que «llevamos 11 trimestres seguidos de aceleración económica. Es la primera vez que sucede en democracia [...] estamos en despegue económico [...] España superará en renta per cápita a Alemania y a Francia al principio de la próxima década» (Segovia, 2006).

¹⁰⁹ «España se consolida como el segundo destino turístico del mundo». Madrid: *Diario El País*. 29 de enero de 2007

En 1985, España tenía una renta per cápita equivalente al 71% de la Europa de los Quince. En 2004, el último dato disponible había ascendido hasta el 90%. Tras las últimas ampliaciones con países más pobres, España ya se situaba por encima de la renta media (100,7%) de la Europa de los Veintisiete (Missé, 2007).

En esta misma línea, en 2008, Rodríguez Zapatero, en una reunión con casi una treintena de empresarios estadounidenses con intereses en España, también indicó que somos «un país que en los últimos 15 años ha tenido mayor capacidad de crecimiento con una renta per cápita de 26.500 euros, España supera a la media europea y a Italia, cosa que deprime mucho al primer ministro, Berlusconi [...] Nuestro objetivo es superar a Francia en tres o cuatro años [...] esto no lo quiere ni oír nuestro amigo Sarkozy» (Nieto, 2008).



En las dos últimas décadas se ha incrementado significativamente el número de embajadas y consulados en el exterior, así como el número de trabajadores españoles en los organismos internacionales o la presencia de empresas españolas en otros países. Así mismo, la AOD (*Ayuda Oficial al Desarrollo*) neta española ha aumentado desde menos de 200 millones de euros en 1987 hasta 4.289 en 2007. Este esfuerzo en relación al PIB la sitúa por encima de la media de los países donantes miembros del *Comité de Ayuda al Desarrollo (CAD)* de la OCDE. Esta tendencia no sólo refleja el aumento de la prosperidad en España, sino también el sentimiento solidario de sus ciudadanos (Piedrafita, 2007).

El *Informe Anual de Progreso 2006*, del gobierno de España, mostraba un avance general en las asignaturas del *Programa Nacional de Reformas (PNR)* acordado en 2005 para potenciar la *Estrategia de Lisboa*, del que el coordinador español (*Mister Lisboa*) era Miguel Sebastián. El plan español, pasó positivamente la calificación del examen de Bruselas, constatando debilidades existentes en el mercado de trabajo y de competencia, en los sectores de la energía y la distribución comercial y ponía el énfasis en lograr la convergencia plena en materia de renta per cápita con la UE en 2010 y mejorar la productividad (M.A.N., 2006).

En este mismo año, tanto *Financial Times* con el artículo «*UK economy grows used to the Spanish acquisition*» (Crawford, 2006), como *The Guardian*, con «*Sky's the limit for Spanish companies*» – en referencia a la afirmación de Emilio Botín de 2005 – hablaban de la creciente presencia de España en la economía británica bajo la idea de una nueva invasión de la *Armada Invencible* (Tremlett, 2006):

«BAA, la empresa que gestiona los aeropuertos británicos, será adquirida por parte de *Ferrovial*. O2 ha sido absorbida por *Telefónica*, y el *Banco de Santander* se hizo con el banco *Abbey*, de cuya fusión ambos se beneficiaron. Ahora parece también que el *BBVA* ha puesto sus ojos sobre *Lloyds TSB* [...] ¿Está la armada de los negocios navegando desde Madrid para hacer lo que la flota de Felipe II hace cuatro siglos no pudo hacer, apoderarse de Gran Bretaña? [...] Obviamente no, pero es una muestra del crecimiento de las empresas españolas [...] tras haber hecho negocios en América Latina, los ojos de las empresas se dirigen ahora hacia mercados más seguros como el europeo, pero con mucha discreción. Gran Bretaña, afirma, es menos proteccionista que otros países como Italia, donde el *BBVA* no consiguió hacerse con la *Banca Nazionale del Lavoro*. [...] En cambio, conquistar empresas españolas es mucho más difícil, como en el caso de *Gas Natural* y *Endesa*».

El tópico sobre el asalto de la *Armada Invencible* a las empresas británicas se hizo recurrente en Reino Unido desde finales de 2004, cuando el *Santander* adquirió *Abbey* y *Telefónica* compró O2. «En realidad no es un tópico contra España. Cuando lo usa la prensa seria, es una mera licencia para describir con mayor viveza una neutra operación comercial; incluso tiene un punto de admiración hacia la fortaleza y expansión de la economía española, como han destacado *The Economist* y el *Financial Times*». Con la compra del aeropuerto de Heathrow por parte de *Ferrovial* en 2006, el tópico copó de nuevo portadas (J.Blasco, 2006).

En 2007, en boca de José Manuel Campa, profesor de economía y finanzas en la escuela de dirección de empresas *IESE* de Madrid¹¹⁰:

«España siempre ha tenido personas excepcionales, pero se tenía la percepción de que lo habían logrado pese a ser españoles. Pero ahora hay un sentimiento, especialmente entre las generaciones más jóvenes, de que el mundo es suyo [...] Es un buen momento para ser español»

¹¹⁰ «España se posiciona como la vedette del crecimiento europeo». Madrid: *iProfesional*. 15 de enero de 2007

Durante este mismo año, en una campaña de marketing, la multinacional *Nike*, exhibió un cartel en el encuentro oficial de España ante Irlanda del Norte en el estadio de Gran Canaria (1-0) en el que, sobre una gran bandera española, se afirmaba: «ser español ya no es una excusa, es una responsabilidad»¹¹¹. El cartel, fue elaborado por algunos de los miembros de la selección española de fútbol (Cesc Fàbregas, Carles Puyol, Fernando Torres, Sergio Ramos, Andrés Iniesta y David Albelda) en un intento de «sacudir los complejos para reivindicar su españolismo para ellos y ante la Eurocopa». Este suceso, era la continuación de la participación de algunos deportistas de la selección española de baloncesto en un vídeo publicado en internet, patrocinado por la misma compañía¹¹² y bajo el mismo lema, dentro de la estrategia de marketing de guerrilla.

Este lema, fue también usado por Miguel Ángel Moratinos, Ministro de Exteriores, en la entrega de despachos a los treinta y cuatro nuevos secretarios de embajada de la 61ª promoción de la *Escuela Diplomática* (tras la victoria socialista en las elecciones generales de 2007) (L.D., 2007):

«El cuerpo diplomático debe atreverse a asumir los retos del momento más allá de la actividad tradicional y a cumplir con los compromisos de España [...] Ser español ya no es una excusa, es una responsabilidad». Tras el discurso, el Rey añadió que la «proyección de España desborda las áreas tradicionalmente prioritarias de nuestra política exterior: Europa, Iberoamérica, el Mediterráneo, sin olvidar nuestros vínculos transatlánticos [...] la España de nuestros días es un actor global, con intereses y una creciente presencia asimismo en Asia y en el África Subsahariana»

Según Julio Cerviño, profesor de la *Universidad Carlos III de Madrid*, España podría definirse globalmente como un país al estilo *Zara*: «No somos los mejores en ningún atributo pero, conjuntamente y combinándolos todos, ofrecemos un excelente valor añadido», sin embargo, concluía que «la imagen está muy por debajo de la realidad económica y sociocultural de la marca España actual»¹¹³.

¹¹¹ «Ser español ya no es una excusa, es una responsabilidad». Madrid: *20 Minutos*. 04 de diciembre de 2007

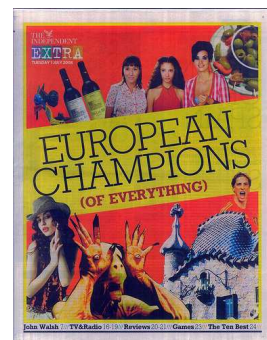
¹¹² «Ser español ya no es una excusa, es una responsabilidad» Madrid: *Diario El Mundo*. 04 de diciembre de 2007

¹¹³ «España, un país en busca de una imagen». NY: *Knowledge Wharton School*, Universidad de Pensilvania. 04 de abril de 2007

Financial Times afirmaba en 2008 que (Martín, 2008):

«Hay un prejuicio establecido en la Europa occidental. Los británicos miran por encima del hombro a los franceses, los franceses a los italianos, los italianos a los españoles y los españoles a los portugueses. Y todos ellos temen y ridiculizan a los alemanes. Pero los españoles han roto esa xenófoba jerarquía. España es ahora más rica, más moderna y más dinámica que Italia. Posee el chef más laureado de Europa, Ferrán Adriá, el cineasta más trendy, Pedro Almodóvar y el club de fútbol más rico, el *Real Madrid*. *Barcelona* es la ciudad de la que más se habla como modelo de metrópolis. España es chic ahora, como Italia fue chic en los ‘60»

«El Reinado de España: campeones europeos y de casi todo». Así veían a España en tierras británicas en julio de 2008. El periódico *The Independent*, no escatimaba en elogios para describir el «el momento de gloria» que se vivía España. El triunfo de la selección española en la *Eurocopa 2009*, sólo era un éxito más en un país de éxitos (Rachman, 2008):



«Ha cambiado el carácter de los españoles, ha cambiado el pesimismo que amenazaba al fútbol de la selección, ha unido a la sociedad y a las comunidades autónomas, ha cambiado el simbolismo autoritario y la asociación que tenía la bandera española en los días en los que gobernaba Franco por una bandera roja y amarilla que hoy une a todos los españoles»

3.2 ESTADO DE LA CUESTIÓN

3.2.1 Conceptos de marketing

«La falta de epistemología de la comunicación empresarial contemporánea, unida a la revolución tecnológica, a la aceleración en la que vivimos y a la revolución de los servicios con sus nuevos valores, ha creado una colosal confusión y que ha ido aumentando, sobre todo, desde los años setenta. Entre esta confusión van y vienen, emergen y se disuelven, y no cesan de recombinarse y multiplicarse, expresiones alrededor de imagen, comunicación, identidad, de calificativos como institucional, global, total (y sus combinaciones), así como otras fórmulas mucho más complejas y ambiguas» (Costa, 1995:31).

a) La identidad

Paul Capriotti afirma que la identidad es «la personalidad de la organización, el conjunto de atributos o características con los que la compañía se autoidentifica o autodiferencia de los demás» (Capriotti, 2001:281).

Para Sanz de la Tajada, profesor del *Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Facultad de CCEE y de la Facultad de CCII*, considera que la identidad, además, existe para ser transmitida, ya que cumple la función de identificar a la empresa como realidad diferenciada en el mercado, independiente y distinta de la competencia. Lo que la empresa es, en cuanto a su cultura y misión propias. Por lo tanto, la identidad debe ser proyectada «a través de la comunicación, puesto que el objetivo último es que contribuya a crear la imagen percibida por los públicos» (Sanz de la Tajada, 1996:13).

Charles Fombrun identifica tres dimensiones de la identidad corporativa: la autoimagen que la empresa tiene de sí misma, la identidad como realidad de la empresa; y la identidad como el conjunto de aspectos visuales de la organización (Fombrun, 1996:36-279).

Joan Costa (1995:42), indica que la identidad de la empresa es lo más parecido a la personalidad de un individuo:

«Se tiene, quíerese o no, se sepa o no, por el mero hecho de existir. Pero es un valor variable (...) hay empresas con una identidad coherente, penetrante, bien afirmada y bien controlada, con una clara personalidad exclusiva, y por tanto, con un patrimonio de excelencia y un gran potencial de éxitos»

David A. Aaker (1996:25) entiende identidad como:

«El conjunto único de asociaciones que el estratega aspira a crear o mantener. Estas asociaciones representan la razón de ser (de la marca) implicando una promesa de los integrantes de la organización a los clientes. La identidad debe contribuir a establecer relaciones entre la marca y el cliente mediante la generación de una proposición de valor que involucre beneficios funcionales, emocionales o de auto-expresión»

Berger y Luckman (1978:216) definieron identidad como aquello que:

«Constituye un elemento clave de la realidad subjetiva y, en cuanto tal, se halla en una relación dialéctica con la sociedad. La identidad se forma por procesos sociales. Una vez que cristaliza, es mantenida, modificada o aun reformada por las relaciones sociales (...) Recíprocamente, las identidades producidas por el interjuego del organismo, conciencia individual y estructura social, reaccionan sobre la estructura social dada, manteniéndola, modificándola o aun reformándola»

«Nadie puede identificarse con lo que no se conoce o se no entiende. Esta es la razón por la que, tres son los elementos indispensables para permitir una identificación: la legibilidad de los grandes principios y objetivos, por una parte; una información clara, pertinente y completa, por otra parte, y, por último, símbolos y representaciones tangibles» (Mohedano-Brethes, 1998:132-143).

Así, para Justo Villafañe (1999:67), «la identidad visual es la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización, concretada en un programa o manual de normas de uso que establece los procedimientos para aplicarla correctamente».

A la hora de referirse a los elementos básicos (1999:69) que componen esa identidad visual corporativa, Villafañe habla de: logotipo, símbolo, logosímbolo, colores corporativos o tipografía corporativa. Según este autor, la identidad visual debe perseguir el objetivo de identificar a la organización y distinguirla del resto. Por ello, a la hora de proceder a su diseño, además de cuidar los aspectos plásticos (color, equilibrio de la composición, etc.) habrá que prestar especial atención a que se identifique y coincida con la identidad corporativa de la empresa.

b) La imagen

Así, partiendo del concepto de identidad, el propio Justo Villafañe (1999:15) entiende que la imagen de una empresa es la síntesis de su propia identidad. Por tanto, la empresa y su comportamiento tienen que coincidir con la imagen que trata de proyectar. «Los consumidores y los mercados han desarrollado sutiles mecanismos de valoración de la empresa y difícilmente hoy en día una organización puede proyectar esa imagen positiva si realmente no existe una identidad que básicamente la respalde».

Para Paul Capriotti (2001:281), la imagen es la «opinión sobre una compañía que tienen sus públicos, integrada por el conjunto de atributos que esos públicos utilizan para definir e identificar esa compañía de las demás».

En un línea muy parecida, Noberto Mínguez (1999:4), ve en la imagen corporativa, como el «conjunto de significados que una persona asocia a una organización, es decir, las ideas utilizadas para describir o recordar dicha organización».

Para Aaker (1996:74), la imagen puede ser táctica, mientras que la identidad debe siempre ser estratégica, reflejo de una estrategia de negocio a largo plazo. «El posicionamiento de la marca es la parte de la identidad de marca y proposición de valor que se comunicará activamente a la audiencia objetivo y que demuestra una ventaja sobre las marcas competitivas».

Para Martín Leal (1996:117), la imagen es el resultado de la combinación de valores tangibles e intangibles que proporciona a la marca su imagen a los ojos de los

consumidores. Esta combinación es por tanto subjetiva ya que depende de la particular e individual manera de valorar y equilibrar tangibles e intangibles.

Al hablar de la creación de imágenes, Wolton (2000:48) aconseja: dar valor a la importancia del contexto, de su historia; reconocer la dimensión crítica del receptor; evitar pensar en la imagen como algo única y recordar que no hay imagen sin imaginación.

En este sentido, Worcester (1972:36), adelantaba que la imagen corporativa puede definirse como el resultado de las interacciones de todas experiencias, impresiones, creencias, sentimientos y conocimientos que tiene la gente sobre una misma compañía o institución.

Villafañe (1993:22-23) apuntó - en este mismo sentido - que la imagen representa un fenómeno intangible, muy poco estable a veces, y generalmente construido a partir de un proceso de acumulación de inputs que, en sí mismos no serían determinantes a la hora de adoptar una decisión de compra o de guiar a una elección, pero que en conjunto, podían llegar a ser decisivos, conculcando en ocasiones los principios básicos del marketing:

«La idea de globalidad y su naturaleza intangible son quizá dos atributos definitorios de la imagen en los que mayor coincidencia se aprecia entre los distintos autores que se han aproximado a su estudio»

Sanz de la Tajada (1994:131) afirma que:

«La imagen es el conjunto de representaciones mentales que surgen en el espíritu del público ante la evocación de una empresa o institución, (...) un conjunto de representaciones tanto afectivas como racionales, que un individuo o grupo asocian a una empresa y que son el resultado neto de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones que dicho grupo de individuos asocia a la empresa en cuestión [...] Es un conjunto de notas adjetivas asociadas espontáneamente con un estímulo dado, el cual, ha desencadenado previamente en los individuos una serie de asociaciones que forman un conjunto de acontecimientos, que en psicología social se denominan creencias o estereotipos».

Sin embargo, según Fombrun (2001:276), cuando la imagen es muy positiva se cristaliza en forma de reputación:

«La reputación corporativa tiene su origen en la realidad de la empresa y, más concretamente, en su historia, en su proyecto empresarial vigente y en su cultura corporativa. La reputación es la cristalización de la imagen positiva de una entidad cuando ésta es el resultado de un comportamiento corporativo excelente, mantenido a lo largo del tiempo, que le confiere un carácter estructural ante sus públicos prioritarios (clientes, empleados, accionistas...). Es la expresión de la identidad de la organización»

«La reputación es el intangible empresarial de mayor valor, y en algunos casos el reconocimiento de la reputación corporativa de una entidad puede proporcionar el liderazgo que no se consigue a través del tamaño o la revalorización de la acción» (Villafañe, 2001).

c) La marca

El estudioso Luis Bassat (2000:32), define marca como:

«La totalidad de lo que el consumidor experimenta: la calidad de producto, el diseño, el packaging, el punto de venta, el precio, las promociones, la imagen corporativa, las relaciones públicas, los vendedores, el servicio post venta, los camiones de reparto, el boca-oreja, el telemarketing, la forma de contestar el teléfono, el estilo de las recepcionistas de la empresa, su historia...»

En una línea parecida, Leslie de Chernatony y Malcom H.B. McDonald (1992:10) definen marca como:

«El conjunto de percepciones que el consumidor recibe tanto del producto (packaging, diseño, prestaciones, eficacia y precio), servicio (servicio posventa, servicio preventa, garantías, entrega, disponibilidad, información y financiación) y de sus intangibles (calidad percibida, valor percibido, imagen de marca, imagen corporativa, reputación o organización empresarial)»

Jean Jacques Lambin (1991:72) compara marca con:

«Una cesta específica de atributos que proporciona al comprador no sólo el servicio básico propio de la categoría del producto, sino también una serie de servicios suplementarios,

necesarios o añadidos, que constituyen elementos de diferenciación entre marcas y que pueden influir en las preferencias de los compradores»

El teórico francés Jean-Noël Kapferer (1991:9) señala como tal, «lo que el cliente compra, ya que es el producto lo que la empresa fabrica (...) la marca es la memoria del producto. Es el recuerdo acumulado de las impresiones extraídas por el consumidor tras el uso del producto».

Para Noël (1992:10), la marca facilita el intercambio, identifica el producto, revela su identidad, la hacen diferente, concentrando en un símbolo o palabra los valores o principios que se han incorporado a ese producto o servicio.

David Aaker (1994:8), define marca desde la óptica de:

«Un nombre y / o símbolo distintivo (como un logotipo, marca registrada o diseño de envase) para identificar los productos o servicios de un fabricante o grupo de fabricantes y para diferenciar aquellos productos o servicios de los de su competencia. La marca señala al cliente la fuente del producto, protegiendo tanto al consumidor como al fabricante de su competencia quien podría intentar proporcionar productos de apariencia idéntica»

José Antonio Puelles Pérez (2006), en su material docente, nos ayuda a definir el concepto a través de la legislación española, afirmando que:

«La marca, comprende todo signo susceptible de representación gráfica que sirva para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otra [...] la capacidad de vender que tiene dicha marca, relacionada con su posicionamiento (conocimiento, prestigio, poder de influencia, etc.)»

Por ejemplo, el nombre de la marca, es una parte esencial de la misma, pero no conforma el todo. El nombre proporciona a la marca la capacidad de crear asociaciones de forma inmediata, además de la ventaja que representa ayudar a recordarla (Kohli, 2005:1506-1515).

La imagen de la marca adquiere un importante rol a la hora de moldear las actitudes y acciones de los stakeholders. Creando una adecuada identidad de marca y dirigiendo todos los esfuerzos a comunicarla a sus diferentes públicos, se puede

conseguir transmitir los valores de la organización, influir en la opinión pública, afianzar la confianza, alcanzar los objetivos de manera más rápida, o atraer una gran cantidad de tangibles e intangibles beneficios (Ewing, 2005: 841-853).

Para Blackston (2000:120), las marcas manifiestan tener carácter y personalidad a semejanza de las personas. El concepto de relación con las marcas es posible entenderlo como una analogía –entre marca y consumidor- del proceso cognitivo, afectivo y de comportamiento que se da en la relación entre dos personas.

Como en todo proceso comunicativo, entre la intención del autor y la del receptor no sólo tienen lugar diferentes sistemas de interpretación, de códigos, de selección sino también prejuicios y experiencias del sujeto y de su grupo.

Mientras que en el enfoque tradicional, la empresa se debía unívocamente a los accionistas o clientes, ahora, cada vez más, una organización responde a un amplio número de públicos; accionistas, clientes, trabajadores, administración, comunidades locales, la sociedad en general, proveedores, medios de comunicación, competidores, instituciones financieras, etc. Todos estos públicos tienen también interés en que la empresa marche bien, los stakeholders (Pimentel, 2001:709).

Según Eagly y Chaiken (1993), desde un punto de vista psicológico, la actitud hacia la marca es una tendencia psicológica que se expresa a través de la evaluación de la marca en cuanto a sus acuerdos y desacuerdos. Para estos autores, una persona no tiene una actitud o disposición hasta que no se ha evaluado su relación afectiva, cognitiva o recomportamiento. En lo alto de dicha relación, se encontrará el mayor grado de implicación con respecto a la marca: el compromiso (lazos racionales y emocionales que llevan al cliente a considerar la marca como algo propio, llegando al punto de defenderla de posibles ataques).

La aparición de Bill Bernbach (Borrini, 2002), el publicitario que descubrió las virtudes afectivas o emocionales de los productos, marcó un antes y un después en este campo del marketing:

«Usted puede decir lo correcto sobre un producto y no lograr que lo escuchen. Tiene que decirlo de una manera que la gente lo sienta en sus entrañas, porque si no lo siente no pasará nada»

La idea de que lo importante no es tanto la producción de artículos, sino la construcción de marcas, se desarrolló al amparo de las anteriores consideraciones (Klein, 2001: 31-34):

«Los teóricos de la gestión de empresas elucubrarón a mediados de la década de 1980: que las empresas de éxito deben producir ante todo marcas y no productos» En nuestra era, la competencia empresarial por medio de las marcas, es una necesidad: en un contexto de identidad de producción, es preciso fabricar tanto los productos como su diferencia según la marca»

Los investigadores en marketing, Ries y Trout (1990:14), dedicaron un libro al posicionamiento de las marcas en la mente de los consumidores. Para ellos, han existido tres eras diferenciadas en el marketing: la era de los productos, la era de la imagen y la era del posicionamiento. En esta última, la del posicionamiento:

«La creatividad ya no es la clave para el éxito. Para triunfar en nuestra sociedad sobrecomunicada, toda compañía debe crearse una posición en la mente del cliente en perspectiva. Una posición que tenga en cuenta no sólo sus fortalezas y debilidades, sino también las de sus competidores (...) hay que ser el primero en entrar en la mente del cliente en perspectiva»

Las marcas son asimiladas y aceptadas por las personas durante un largo periodo de tiempo. Por lo tanto, en su modificación, no es suficiente con cambiar su aspecto externo, ya que la mente tiende a quedarse durante largos periodos de tiempo con la misma imagen creada. Es necesario realizar un esfuerzo intensivo y duradero que recuerde la profundidad del cambio. Las marcas se crean para que duren durante muchos años, es un proceso lento y trabajoso que requiere dedicación y cuidado (Bassat, 2001:31).

En términos generales, las investigaciones realizadas para conocer la relación de los consumidores con marcas suelen coincidir en la asociación de dos valores básicos: confianza y satisfacción del cliente con la marca (Blackston, 2000:120). Sin embargo, otros autores incluyen otros muchos conceptos de análisis, tales como: la fuerza de

convicción de la marca, la intención de compra, las preferencias, su notoriedad, su evocación, la calidad percibida, la tasa de utilización, la apelación racional, emocional, ético, mítico o de identidad (Reinares, 1996:83-87).

Los sentimientos son considerados como un anticipo de nuestras actitudes. Se les denomina como experiencias afectivas específicas y transitorias que surgen como resultado de algún tipo de vivencia (Holbrook, 1987:45-64). Los sentimientos son una respuesta a una emoción. Sin embargo, son las creencias y las actitudes sobre las que versa la comunicación persuasiva. Las creencias se entienden como las asociaciones más firmes que un consumidor tiene sobre una marca y sobre sus atributos. Sin embargo, son las actitudes hacia un producto las que más importancia adquieren cuando la decisión de compra es débil, más importancia que las creencias que se tienen sobre la propia marca. Actitudes, creencias y sentimientos hacia el producto, acaban conformando su credibilidad (Yoo, 2005:1397-1406).

Morgan y Hunt (1994:20-38) aseguraron en 1994 que confianza y compromiso se hallan en el corazón de cualquier relación de éxito con los consumidores. Para ellos, el compromiso depende de cuatro variables: beneficios, costes, valores compartidos y confianza. A su vez, la confianza se basaría en valores compartidos, comunicación y oportunidad (Macmillan, 2005: 806-818).

Según el propio David Aaker (1996:25), el valor de marca atiende principalmente a cuatro categorías: reconocimiento de su nombre, fidelidad a la marca, calidad percibida y asociaciones de la marca. Otros autores, como Jeremy Rifkin (2000), hablan también de la experiencia.

Pero además, Aaker (1991:13) añade que «el valor de marca es un conjunto de activos y pasivos que vinculados a la marca, su nombre y símbolo, incorporan o disminuyen el valor suministrado por un producto o servicio intercambiado a los clientes de la compañía».

El concepto valor tiene varias acepciones dependiendo desde la óptica que se utilice, desde el marketing, se atiende a su término como la cuantificación del peso de la marca en términos económicos (Villagra, 2001:54).

Sin embargo, el reconocimiento de las marcas por la población es un proceso complicado. Las personas tienden a asociar el origen de la propia marca con ciertas características, como la calidad, el precio y los valores (Zhongqi, 2006: 283).

Retomando a Bassat, «las marcas son como catedrales, se construyen a lo largo de los años, por personas distintas, de diferentes generaciones pero con un objetivo común».

La marca, para el estudioso Ángel Alloza (2001:220), es la propuesta de valor central que ofrece a todos los públicos objetivos internos y externos y que tiene un valor aspiracional, siendo una referencia interna para orientar el comportamiento de la organización. Así, proporciona el foco para la cultura corporativa de la empresa, para los valores y presunciones básicas de sus empleados.

Para Villafañe (1999:23), el término valor está íntimamente relacionado con la creación de expectativas, aspiraciones y opiniones en el público, al definirlo como la «manera de lograr que la empresa satisfaga las necesidades de sus clientes, de sus accionistas, de sus empleados».

Una marca se configura como la totalidad de los pensamientos, sentimientos, sensaciones y asociaciones que ella misma evoca (Kin, 1990: 63-67). En cambio, adquiere valor cuando ella misma tiene la capacidad de influir en el comportamiento de aquellos que conocen la marca, modificando sus rutinas, preferencias, actitudes o comportamientos de compra. Para construir una vigorosa equidad de marca es necesario desarrollar todas las dimensiones que la conforman y que son a la vez las cualidades por las cuales los clientes le confieren valor: conciencia de marca, asociaciones, calidad percibida y lealtad (Escobar, 2006: 39).

d) Términos al uso ante este estudio

En un intento de compilar todo este acervo común, como paso previo y necesario de nuestro estudio, tomamos la definición de Sanz de la Tajada (1996:31-32), cuando afirma que la identidad de:

«Toda empresa debe fundamentarse en una concepción filosófica que da origen a una concepción integral de la identidad corporativa, la cual debe contemplarse desde diversas perspectivas, dando cabida a varios ejes o planos de análisis; especialmente a un plano ético y a un plano cultural. El plano ético incorpora los valores propios de la organización y la concepción de su responsabilidad social con el entorno humano al que afecta su actividad; este plano ético forma parte del plano cultural, pero tiene peculiaridades profundas que es preciso identificar. El plano cultural, por su parte, hace referencia al conjunto de creencias y valores que rigen la conducta de la empresa, cualquiera que sea su forma jurídica y la estructura de su propiedad»

«La identidad se refiere a lo que es la empresa, es decir, su esencia» afirma Villafañe (1999:17). Luis Ángel Sanz de la Tajada (1994: 41), además, añade que «toda empresa necesita tener una personalidad propia, que permita identificarla, diferenciándola de las demás. Dicha personalidad, constituye su identidad específica, su propio ser». Por lo tanto, la identidad debe ser proyectada «a través de la comunicación, puesto que el objetivo último es que contribuya a crear la imagen percibida por los públicos» (Sanz de la Tajada, 1996:13).

Sin embargo, entendemos que (Sanz de la Tajada, 1994:131):

«La imagen no es la identidad de la empresa, pero se configura a partir de ella. La imagen se genera en los públicos, como resultado de sus percepciones con respecto a la personalidad/identidad de la empresa, de manera que cuando tales percepciones de identidad son erróneas, la imagen queda desviada y se produce una disfunción identidad-imagen que, generalmente es negativa para la empresa»

En este sentido, el profesor José Antonio Puelles Pérez (2006), nos ayuda a completar la definición de imagen como «la representación mental de un conjunto de ideas, creencias e impresiones, reales o psicológicas, que los consumidores consideran que tiene la marca para satisfacer sus deseos o necesidades». Así, para que la imagen

percibida en los públicos sea la que nuestra identidad corporativa desea, será necesaria una comunicación corporativa eficaz y coherente.

Desde los campos empresariales y académicos, en cuanto al término marca se refiere, usaremos la definición utilizada por el *Foro de Marcas Renombradas Españolas*, que aúna a los mayores expertos universitarios y empresarios en el sector y que definió marca como la (Swystun, 2007):

«Combinación de atributos, tangibles e intangibles, simbolizados por una marca registrada que, si se gestiona adecuadamente, genera valor e influencia. El concepto de valor puede interpretarse de varias maneras: desde el punto de vista del marketing o del consumidor, es la promesa y la materialización de una experiencia; desde la perspectiva empresarial, supone la seguridad de alcanzar beneficios futuros; y, desde la óptica jurídica, es un elemento concreto de la propiedad intelectual. El objetivo de una marca es garantizar relaciones que creen y aseguren beneficios futuros mediante un incremento de la preferencia y la fidelidad del consumidor. Las marcas simplifican los procesos de toma de decisiones de compra y suponen tanto una garantía de calidad como una verdadera alternativa diferente, relevante y creíble frente a las ofertas de la competencia»

Por lo tanto, valor de marca acabará conformando el conjunto de asociaciones percibidas por el público a partir de su relación con la marca. La adecuación entre la realidad de la empresa, y la representación creada en los públicos a partir de las múltiples manifestaciones de la compañía (acciones de comunicación, mensajes recibidos de los medios, relación personal con la empresa, sin olvidar el contexto cultural de recepción) que será finalmente lo que configure la reputación de la empresa. En este sentido, el término valor se interpreta como algo asociado a la imagen ideal de lo que debería ser una empresa de dicho sector.

3.2.2 La marca España

En 2003, en la reunión entre José María Aznar y George W. Bush en el rancho de Crawford (Texas), un colaborador del presidente estadounidense, preguntó a José María Aznar: «¿Cuál es el principal producto de la exportación española?». «Coches», le respondió el español. «No, pregunto por el primer producto exportador español», le

espetó de nuevo el americano. «Coches», insistió Aznar. «No, no, lo que quiero saber es qué producto español se vende más en el extranjero», insistió de nuevo el norteamericano. «Sí, coches. Coches», reiteró el español. España es el sexto exportador mundial de automóviles (Manuel, 2006).

España está objetivamente infravalorada en el exterior, pero la mayoría de los ciudadanos españoles tampoco lo percibe. El estudio realizado por el *Pew Global Attitudes Proje*t en 2006, puso de manifiesto que el 80% de los españoles cree que el resto del mundo tiene una buena opinión sobre su país. Como ha apuntado el profesor de la *Wharton School University de Pensilvania*, Mauro Guillén, al hilo de las encuestas de opinión realizadas en varios países europeos, la realidad en el caso español es que los extranjeros no nos puntúan en atributos como «inteligentes», «exitosos», «trabajadores» o «modernos», sino garantes de «gran sentido del humor», «agradables» o «cariñosos», pero también «perezosos» y «desorganizados» (Berbería, 2006).

En ningún país desarrollado se da un desfase tan grande como en España entre la percepción que se tiene del mismo y sus empresas, y su propia realidad empresarial y socioeconómica. Cuanto mejor es la imagen de marca de un país, más fácil resulta que el resto del mundo lo acepte y que sus productos y servicios tengan éxito. España sigue viéndose, en mayor o menor medida, como una tierra de fiesta y de siesta, algo positivo para su turismo, pero negativo para vender y promocionar sus productos en el extranjero y de ser considerado un país serio y eficiente (Chilett, 2007).

La marca *España*, para Julio Cerviño, profesor de la *Universidad Carlos III* de Madrid, revierte «una forma de hacer negocios moderna, eficaz, seria y, al mismo tiempo, desenfadada y flexible. Un tipo de *sunny business*. Hoy presentamos en muchos sectores de actividad una de las mejores relaciones entre calidad y precio disponibles en el mercado». Por su parte, Gildo Seisdedos, experto en márketing de ciudades del Instituto de Empresa, resalta que¹¹⁴:

«Ahora, la potencia económica está cargada de creatividad, gracias a las campañas de publicidad lanzadas que renuevan la imagen y la promoción de los sectores económicos en su

¹¹⁴ «España, un país en busca de una imagen». Pensilvania: *Knowledge Wharton School*, Universidad de Pensilvania. 04 de abril de 2007

conjunto [...] es un país joven en el cual la innovación y la creatividad son variables imprescindibles para un país dinámico y alegre donde se trabaja para vivir, y no se vive para trabajar [...] Es un país occidental, con unos servicios e infraestructuras modernas [...] Hay un equilibrio en la imagen de España entre lo espontáneo y lo nuevo y, a la vez, ser un país que pertenece a la vieja Europa»

La imagen internacional de España ha mejorado notablemente, pero sigue siendo confusa, débil, estereotipada y carente de fortaleza competitiva. El entusiasmo que suscitaron los *Juegos Olímpicos* y la *Exposición de Sevilla* de 1992 se ha revelado un espejismo que ha ocultado la ausencia de la marca España en la mayor parte del mundo. Para el investigador y presidente de *Saffron Brand Consultants*, Wally Olins, «España es uno de los mejores ejemplos de gestión moderna y exitosa de una marca nacional, sin embargo, en América Latina, España carece de una auténtica marca país» (Berbería, 2006).

Para el político Santiago Mora-Figueroa, «la imagen de España en el exterior se corresponde con la realidad y es la que nos conviene? [...] Hay mucho pathos y poco logos; mucho Unamuno y poco Ortega [...] No creo que nadie quiera comprar el Talgo si piensa que lo ha hecho una loca con una navaja en la liga». Coordinarse con Latinoamérica, renovar la imagen de España y recuperar la categoría de secretaría de Estado, temas pendientes del instituto (Rodríguez, 2009).

Sabido que las gentes necesitan aferrarse a los arquetipos para definir lo que sólo conocen de manera superficial y que los tópicos cimentados en la historia son muy difíciles de remover, el asunto de la imagen-país adquiere una importancia capital porque en el mundo globalizado toda economía avanzada necesita exportar y establecerse en los mercados internacionales si aspira a conservar sus niveles de bienestar. En ese proceso de intensidad competitiva creciente, la imagen-marca de un país y la imagen-marca de sus empresas ejercen un papel, a menudo, determinante en la venta de sus productos y hasta en las alianzas y participaciones empresariales (Manuel, 2006).

Las ciudades y países buscan una marca que las identifique y singularice. Así, Gildo Seisdedos indica que «el objetivo es desarrollar una idea construida en torno a

atributos emocionales, que sea diferenciadora y fácil de comprender. También es clave que sea universal (eficaz para múltiples públicos en diferentes situaciones) y versátil (dotada de contenido visual y verbal)». Se ha comprobado una evolución en la percepción de la imagen de nuestro país: ya no sólo es un destino de sol y playa, sino una de las marcas de mayor atracción de turismo urbano debido a la transformación de ciudades como Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao y Zaragoza¹¹⁵.

Dubai, Londres y Madrid son algunos ejemplos de marca-ciudad y de turismo urbano que han funcionado con éxito, según Seisdedos¹¹⁶:

«La ciudad de los Emiratos Árabes ha conseguido convertirse en un centro de financiación internacional a través de la creación de una marca poderosa; Londres ha utilizado su marca como un elemento de integración, convirtiendo su diversidad cultural en un activo; y Madrid, está salvando de manera original y creativa el hueco entre su dinámica realidad y su baja percepción a nivel internacional»

En la década de los '60, Manuel Fraga, adoptó el slogan *Spain is Different*, convirtiendo el turismo en industria nacional. La campaña estaba dirigida a un turismo cultural, de alto nivel social y sin una estacionalidad o ubicación geográfica determinada. Durante los '70, la publicidad se centró en el sol, las playas y las fiestas, apuntando a un turismo más lúdico y masivo. En los '80 se creó el slogan *Everything under the sun / Todo bajo el sol* que duró hasta que en 1991, cuando fue reemplazado por *Passion for life / Pasión por la vida*, remitiendo a un turismo más activo y vivo. En 1997, surgió el eslogan *Bravo Spain / Bravo España*, potenciando el binomio calidad-diversidad y demostrando la gran diversidad de la oferta turística de España. En 2003, se adoptó el eslogan *Spain Marks/ España te marca* buscando una imagen, no sólo de playas, monumentos y gastronomía, sino un viaje de sentidos, el objetivo de *Turespaña* era presentar la calidad cultural, gastronómica y natural de España. En el sector turístico, *Turespaña* inició en julio de 2005 la campaña on-line *Smile! You are in Spain / ¡Sonríe! Estás en España*, para consolidar el liderazgo español en el turismo vacacional (Iglesias, 2008:114).

¹¹⁵ *Op Cit.* «España, un país... 2008:41

¹¹⁶ *Op Cit.* «España, un país... 2008:44

a) Redes asociativas y toma de decisiones

La información referente a la marca, llega al individuo y debe ser percibida, interpretada, e integrada en sus redes de la memoria. La unión de estos procesos es el núcleo de lo que se denomina proceso de adquisición de información. Es importante subrayar que el término información hace referencia a todos los contenidos del significado de una marca, y que, por lo tanto, incluye tanto elementos tangibles como intangibles (Cobelo, 2001).

Petty y Cacioppo (1981: 847-855) realizaron en los años '80 varios estudios sobre la capacidad de influir en las personas a través de la comunicación. Para ellos, existían dos vías de persuasión claramente diferenciadas: por una parte, la forma clásica de argumentar siguiendo una lógica de términos lingüísticos, por otra, el atractivo de la forma de comunicar el mensaje. Eran, las denominadas rutas de la persuasión.

Sin embargo, se dieron cuenta de que el individuo involucrado en un asunto se encontraba motivado a procesar la información que le llegaba y que estuviera relacionada con él mismo. No obstante, estar motivado no era garantía de que la información fuese procesada correctamente. Tenía que suceder, además, que el individuo tuviera la habilidad necesaria para poder interpretar e integrar los significados, y estar situado en un entorno adecuado que no desviara su la atención hacia elementos secundarios. Es decir, un individuo motivado con el contenido del mensaje prestaría atención y procesaría la información detenidamente, poniéndola en relación con sus conocimientos previos sobre el asunto. Por el contrario, un individuo poco interesado con el asunto, mostraría una atención baja, y se vería más afectado por las distracciones del entorno, sintiéndose más atraído por el efecto de los elementos constructivos, afectivos o emocionales de la comunicación (Petty, 1986).

A principios de la década de los ochenta, Bettman, Smith, Mitchell, Meyer y Anderson, entre otros, aplicaron los hallazgos que se habían realizado en el campo de la informática al estudio de la memoria y del comportamiento de compra, formándose una corriente de pensamiento denominada *Modelo de Redes Asociativas de Significados*. Según este modelo, la memoria es una red de nudos y enlaces, donde los nudos

representan la información almacenada, y las conexiones o enlaces representan las asociaciones entre conceptos (Sánchez, 1999:83).

La memoria humana, en el *Modelo de Redes Asociativas*, es imaginada como una malla formada por nudos donde residen los significados, y por enlaces entre esos nudos que relacionan y dan sentido a esos significados. El conocimiento solo se forma cuando se relacionan dos significados. Estos últimos son elementos de información que pueden ser muy diverso tipo. En general los significados pueden clasificarse en cuantitativos o cualitativos, y dentro de estos últimos se encuentran las emociones. El conocimiento se guarda bien en esquemas de conocimiento general, o en guiones de conocimiento procedimental (Idem).

David A. Aaker (1996:25), como ya hemos visto, definía identidad como:

«El conjunto único de asociaciones que el estratega aspira a crear o mantener. Estas asociaciones representan la razón de ser (de la marca) implicando una promesa de los integrantes de la organización a los clientes. La identidad debe contribuir a establecer relaciones entre la marca y el cliente mediante la generación de una proposición de valor que involucre beneficios funcionales, emocionales o de auto-expresión»

Los individuos sólo son capaces de recordar una pequeña fracción de la ingente cantidad de información almacenada en su memoria. Para Anderson, los recuerdos se producen a través de la red de asociaciones, siguiendo un mecanismo en cadena. Se puede considerar un estímulo externo, como por ejemplo un problema o un mensaje, al ser percibido por el individuo, puede provocar la activación de un nudo de significados al que se encuentra asociado. Cuando la activación excede un nivel considerado como umbral, su contenido se recuerda. El nudo activado puede activar, a su vez, otros nudos con los que se encuentra asociado. La fuerza de la asociación entre los nudos determina cuales son activados y cuales no. Así, el recuerdo se difunde por la red, unos nudos activando a otros nudos, hasta que se agota su impulso porque se llega a enlaces débiles (Anderson, 1983).

Según la teoría de las *Redes Asociativas*, el conocimiento se organiza en niveles. Peter y Olson (1990:69-102), sintetizando diversas aportaciones, afirman que estas

redes tienen sucesivas capas según su nivel de abstracción, y que forman estructuras de significado, en las que se engloban unas capas a otras. Esta misma idea, Ries y Trout la trataron al hablar de posicionamiento, es decir, utilizar el término posición de la marca para hacer referencia al lugar que ocupa en las redes asociativas de la memoria la marca. Posicionamiento al que algunos autores han querido llegar mediante la representación gráfica de mapas cognitivos de la memoria.

Así, podemos afirmar que las redes asociativas de significados tienen una influencia determinante en los procesos de decisión de compra. El consumidor tiene que reconocer las marcas para poder comprarlas, y el reconocimiento incluye, como mínimo, la asociación de la marca a categoría de producto y/o usuario. De esta manera, elementos de ejecución práctica de la comunicación tales como músicas, colores, frases eufónicas, personajes conocidos, entre otros, pasan a cumplir un papel esencial en el mecanismo de compra, puesto que es gracias a ellos, por lo que alguna marca es recuperada de la red de significados y tomada en cuenta en un proceso de decisión.

Por lo tanto, el conocimiento almacenado en la memoria respecto de las marcas es decisivo a la hora de la formación de un comportamiento de compra, de igual modo, es importante la localización de dichos conocimientos como su estructura a la hora de la formación del comportamiento de decisión del consumidor.

La actividad asociativa del cerebro, que es constante y se mantiene incluso en el sueño y en casi todas las frecuencias de actividad cerebral, es un esfuerzo incesante por aumentar la información que entra por el umbral de carga del individuo. Cuando la información es pobre de estímulos no tiene la idoneidad de carga suficiente para ser tratada, procesada, o percibida como tal información. Si la asociamos a otros elementos y configura un esquema, probablemente alcanzará la dimensión para poder entrar por dicho umbral. Si la información es excesivamente compleja o contiene demasiados elementos, tampoco cabrá en el umbral informativo que tenemos cada uno. Sintetizar y asociar son operaciones cognitivas constantes con la información cuya finalidad es alcanzar la carga ideal que encajará en el umbral perceptivo e informativo humanos (Aladro, 2005: 183- 195).

Existe, parece, interacción muy importante entre la mente inconsciente y la mente consciente. Factor que, desde la publicidad, ha dejado paso a las actividades BTL y ATL.

La memoria funciona mejor mediante las asociaciones con elementos subliminales que mediante las asociaciones conscientes y dirigidas racionalmente. Los dos canales, el canal consciente y el inconsciente cognitivo, deben tener un fluido equilibrio para la creatividad de la mente, y los investigadores concuerdan cada vez con más evidencias en que la capacidad de captación, procesamiento y manejo de información por el inconsciente cognitivo es mucho mayor, siendo el cerebro inconsciente más importante y vital (Claxton, 2005:223-257).

Los esquemas que la mente construye de cualquier percepción son imágenes simplificadas cuya virtud es adaptarse a nuestros umbrales cognitivos pero conservando, como los iconos hacen, una relación de directa conexión con el objeto representado (Aladro, 2007: 49-57).

La teoría de las neuronas espejo explica la importancia de las representaciones analógicas en el funcionamiento integral de nuestro cerebro. En diversas partes de nuestro cerebro existen neuronas cuya misión es imitar los movimientos y acciones motoras que realizamos o que realizan otros. Estas neuronas parecen especializadas en mimetizar y emular complejos de información y acción que se producen en el exterior. Existen, dentro de este grupo, neuronas visual-motoras cuya excitación es exactamente igual cuando interactuamos en algún contexto que cuando vemos interactuar a otros en el mismo sentido (Rizzolatti, 2006:55).

El contenido informativo que las neuronas espejo producen masivamente en nuestro cerebro proviene de una mente icónica, por así decir. Estas neuronas copian o imitan comportamientos y acciones, a partir de las cuales construyen imitaciones neurológicas de esos actos que finalmente se convierten en información signíca: se trata de un mecanismo capaz de codificar en formatos comunes informaciones sensoriales y motoras, utilizando el mecanismo de la iconicidad. Los procesos de producción y de percepción de información se relacionan directamente a través de la operación mimética icónica (Rizzolatti, 2006:151).

El concepto de estructura cognitiva se vincula y asocia a cómo los consumidores codifican en la memoria representaciones e información y, en este contexto, se refiere al conocimiento/ creencias sobre marcas producidas en distintos países. Es evidente que los consumidores poseen categorías cognitivas diversas para países y sus marcas al igual que para otros aspectos de la vida, ya que dividen el mundo de los objetos en categorías para poder alcanzar una comprensión y realizar un proceso analítico más eficiente de su entorno. Estas categorías permiten obtener, con menor esfuerzo, evaluaciones de nuevos estímulos (por ejemplo, una marca), que se identifican con una categoría particular (por ejemplo, país de origen) (Álvarez, 2004:40).

Desde otra perspectiva, también se analiza el caso de que las marcas más relevantes adquieran críticas más favorables y mejores cotas de mercado que aquellas que carecen de esta popularidad. Este fenómeno, parece influir en la decisión de compra de los consumidores y en su confianza. La popularidad otorga seguridad en el comprador, sobre todo cuando el consumidor evalúa productos cuyas características no son fácilmente comparables con los productos de otras marcas. A esa popularidad le asocian un valor que influye a su vez en la satisfacción de su experiencia de compra (Chung, 1995:21).

Chung Koo habla de la posibilidad de que los países con una imagen más fuerte, aumenten el precio de sus productos debido a las asociaciones positivas de imagen que se tiene de ellos. Así, existiría una diferenciación para los consumidores entre productos *Premium*, elaborados en países con una buena imagen, en su mayoría, desarrollados, de aquellos productos elaborados en regiones emergentes, que se distinguirían de los anteriores en unos productos más económicos y competitivos (Idem).

Cada uno de nosotros tiene, para sí, un relato de su propia vida y además, cuenta historias, todas verídicas, que extrae de su biografía. Al trasladar estas narraciones, fijamos recuerdos, eliminamos ciertos desgarros internos, creamos nuestra identidad, la retocamos de forma sucesiva, vamos dando consistencia al sentimiento de nuestra existencia, nos otorgamos significación, porque justificamos y cargamos de congruencia nuestras actuaciones pasadas y vamos perfilando nuestro sentido teleológico, lo que nos da razón de ser (Massó, 2006)

b) Memoria individual y colectiva

Ángel Martín Acebes, Vicepresidente de Relaciones Institucionales del *Instituto Español de Comercio Exterior* (ICEX), afirmaba que «los estereotipos viven más dentro de nosotros que en el extranjero». España es una país con problemas de identidad y puede llegar a acuñar una verdadera imagen-marca exterior, pero mientras la cuestión de qué es España permanezca irresuelta -y dura ya un par de siglos- quizá convenga atender a los expertos que reclaman acciones urgentes para mejorar la pobre imagen exterior de nuestro país (Berbería, 2006).

Los medios de comunicación de masas son medios que a través de una serie de técnicas permiten producir la experiencia intrapersonal, y su papel en la comunicación interna del individuo es muy importante. La comunicación de masas activa los procesos de comunicación individuales, los deshace y recrea, y los procesos de comunicación masiva agigantan la resonancia e importancia de las representaciones internas de cada persona, al tiempo que las ponen a prueba y las hacen moverse, ser activas o reconstruirse para cada momento en la vida de las personas (Aladro, 2004:117-128).

Así, la identidad individual no se encuentra realizada si no es en procesos de comunicación al exterior que, a menudo cobran la forma de comunicaciones grupales o masivas o adoptan sus códigos y convenciones, y a través del vacío o distancia representacional y del contagio que pueden producirse entre las representaciones del yo y del mundo que lo rodea, la persona va adquiriendo o construyendo su identidad, como el gran actor francés Louis Jovet (2002) relató en sus libros sobre la experiencia dramática.

La sabiduría perenne de muchos pueblos y culturas trata justamente de estos fenómenos de conservación de experiencias a través de la comunicación y todos sus medios disponibles. Un gran tesoro de esa sabiduría se revela al comprobar la común naturaleza de lo físico y lo psíquico o psicológico, así como de las puertas y conexiones que unen el mundo intrapersonal de procesos comunicativos con el mundo interpersonal y finalmente, con los modernos fenómenos de comunicación en grandes colectivos (Aladro, 2004: 117-128).

Los periodistas crean estereotipos sobre la imagen del público al que representan y establecen presunciones sobre las cuales, pueden ser las necesidades que les impulsan a escoger ese medio en lugar de otro. La experiencia pasada se institucionaliza como el instrumento adivinatorio más infalible y que define con mayor facilidad y seguridad lo que periodísticamente es relevante. Las decisiones anteriores se validan y las fórmulas de trabajo se afianzan.

La memoria colectiva sería una corriente de pensamiento continuo, que no tiene nada de artificial, pues no retiene del pasado sino lo que sigue vivo o es capaz de permanecer presente en la conciencia del grupo que la mantiene, en tanto que la historia se sitúa fuera de los grupos, por debajo o por encima de ellos, y obedece a una necesidad didáctica de esquematización. Por el contrario, en la memoria colectiva no hay líneas de separación trazadas con nitidez, sino sólo límites irregulares e inciertos: «el presente no se opone al pasado como se distinguen dos periodos históricos próximos» (Halbwachs, 2004:83-84).

Por otra parte, la existencia de grupos diferentes en el seno de las sociedades da lugar a diversas memorias colectivas, mientras que la historia mantiene su pretensión de presentarse como la memoria universal de los seres humanos, o como el registro del pasado de una parte de los hombres. Frente al carácter universal de la Historia, cada memoria colectiva se asienta sobre un grupo limitado en el espacio y en el tiempo (Kosellech, 2004:126).

No hay ningún tiempo que se imponga a todos los grupos. Puede ocurrir que dos grupos se fusionen, y, o bien nace una conciencia nueva, en la que continente y contenido son diferentes a los anteriores, o bien la fusión es imperfecta, aparente y superficial, y los dos grupos terminan separándose y se reencuentran en sus esencias anteriores. Hay objetos creados para ayudarnos a recordar, permanentes o transitorios y que actúan como disparadores (Middleton, 1992:62).

En la memoria de un individuo, o de una sociedad, los contenidos están en un determinado orden, hasta que algún estímulo exterior a ellos es capaz de alterar su disposición y su capacidad de influir en la sociedad, en el grupo y en el individuo.

«Cada individuo es miembro de varios grupos, participa de varios pensamientos sociales, su mirada se sumerge sucesivamente en diversos tiempos colectivos, y si la memoria colectiva obtiene su fuerza y duración al apoyarse en un conjunto de hombres, son los individuos los que la recuerdan, como miembros del grupo» (Halbwachs, 2004:50).

La memoria de un individuo o de un grupo social, es una caja negra (Del Rey, 2005:235-257): transforma una señal de entrada, que se encuentra con una información del pasado, en una señal de salida: un comportamiento, un estado de opinión, una interpretación de la realidad. La señal de salida puede no guardar relación de isomorfismo con la primera.

Weiner (1985:17), afirmó que damos el nombre de información, al contenido de lo que es objeto de intercambio con el mundo externo, mientras nos ajustamos a él y hacemos que se acomode a nosotros. El proceso de recibir y utilizar informaciones consiste en ajustarnos a las contingencias de nuestro medio y de vivir de manera efectiva dentro de él.

La construcción de individualismo y colectivismo expresa en sí mismo la distinción entre las orientaciones culturales para el individuo y para la armonía del propio grupo. Personas con valores individuales tienden a verse independientes de los otros y tienden a comportarse de acuerdo a sus preferencias y actitudes personales. Sin embargo, aquellas personas con unos valores más colectivos, tienden a comportarse según las normas sociales del grupo y en interdependencia con los otros (Sivadas, 2008: 201-210).

Pero existe otro flujo de información: el que emite nuestra memoria, que se dispara por algún episodio del presente. Eso nos permite ampliar el alcance de la definición: damos el nombre de información al contenido de lo que es objeto de intercambio con el mundo externo o interno, mientras nos ajustamos al primero, y hacemos que se acomode a nosotros, y administramos el segundo, para que se ponga a nuestro servicio, y sea un recurso de adaptación y no un obstáculo para conseguirla (Del Rey, 2005:235-257).

En consecuencia, como afirma Del Rey Morató, la retroalimentación es la propiedad de ajustar la conducta futura a hechos pasados, y la memoria es la que hace posible ese ajuste. El desarrollo de la memoria individual no es un proceso independiente: depende de los cambios que se originan en el exterior, en el entorno social del hombre (Kozulin, 2000:30).

Para la mente no existe el antes y el después, sólo existe un ahora que incluye memorias y expectativas (Schrödinger, 1983:61). La memoria contribuye a modelar nuestras reacciones sobre el mundo exterior. La memoria del sujeto actúa en el proceso de comunicación política -en el que recuerdo y olvido funcionan como instituciones sociales-, y genera nuevas realidades.

Un fenómeno interesante y que podría ser destacado en este apartado, es el de los PSBC, *Psychological Sense Of Brand Community*, comunidades sociales de admiradores de ciertas marcas compuestas por miembros que no se conocen directamente entre sí pero que poseen unos compromisos con la estructura social de la propia comunidad: club de amigos del 600, conductores de la *Suzuki Bandit 650*... etc. Los PSBC se convierten en un fenómeno interesante de estudio, desde la perspectiva de la teoría de la identidad social. Los consumidores se identifican con los productos adquiridos, con sus características, pero también, con otros consumidores de las mismas marcas y productos. Surge una identificación de grupo (Carlson, 2008:284-291).

En el artículo *Organizational Memory Influences New Product Success*, del profesor Ryun Chang Hang Cho, se examina la relación entre los recuerdos y los nuevos productos. Algunos estudios previos demuestran una ambivalencia en esta relación. Lo realmente importante es como las organizaciones pueden aprender a adaptar sus NPD, *New Product Development*, a dichos factores (Ko: 2008:1-3).

La socialización de los consumidores es el proceso por el cual, la gente joven adquiere destrezas, conocimiento o aptitudes en el funcionamiento del día a día de los consumidores en el mercado. Socialización y cultura, por lo tanto, son dos términos relacionados entre sí (Rose, 2002: 943-949).

La cultura y la influencia que los valores culturales tienen sobre las actitudes y comportamientos del consumidor, se han convertido en un importante factor de estudio por parte del marketing. Esta influencia puede ser directa o indirecta. En general, las personas tienen actitudes favorables hacia ciertos productos – como aquellos que representan éxito o reconocimiento social – porque les otorgan poder y reconocimiento social, consiguiéndose una congruencia entre sus valores individuales y el efecto del producto en su imagen personal. Para estos individuos, el factor determinante a la hora de comprar un producto, es la percepción que los otros puedan tener hacia ellos (Gregory, 2002: 933-942).

Los consumidores aprenden de sus elecciones y de su propio comportamiento, la memoria, como producto informativo, influye en la elección de los productos, en su toma de decisiones. Si los consumidores se sienten lo suficientemente confiados de que poseen la información necesaria sobre un artículo, usarán esos datos para aumentar su toma de decisión. Esta confianza determina sus creencias en acción (Cowly, 2002: 915-921).

La memoria acumulada sobre la experiencia de sobre ciertas firmas y productos constituye un valor de conocimiento y una ventaja competitiva, ya que aumenta la eficiencia a la hora de la toma de decisiones y disminuye la posibilidad de repetir errores. Muchos estudios en NPD confirman el éxito de este efecto en los nuevos productos (Chang, 2008:13-23).

Los nuevos consumidores usan la información que poseen de las marcas para evaluar los productos. Por lo tanto, este segmento debería sentirse más familiarizado con sólo unas pocas marcas en cada categoría de producto. La estrategia «me too», la familiaridad con una marca se convierte en una estrategia importante a la hora de posicionar marcas en los consumidores, toma de decisiones y reconocimiento en el mercado (Punj, 2002: 275-283).

Otros estudios demuestran como los consumidores leales a una marca o producto gastan más que aquellos que se pueden considerar no leales, convirtiéndose en el grupo de clientes más valorados por las compañías (Ganesh, 2000:65-87).

La socialización de la sociedad y de los grupos sobre el individuo posibilita el aprendizaje de conocimientos, valores y experiencias de su propia cultura. La asimilación, sin embargo, se convierte en un proceso vivo y constante por el que los individuos adoptan normas y valores de otras culturas diferentes a las que han crecido.

Actualmente, debido a la globalización y a los medios de comunicación, se ha comenzado a hablar de una cultura global de los consumidores, en la que los individuos, adquieren conocimientos, valores, destrezas y comportamientos gracias a seis dimensiones (Cleveland, 2007:249-259):

- La primera, el cosmopolitismo, permite que los individuos se muevan por el mundo, comprometiéndose y aprendiendo otras culturas, haciendo de su vida un territorio abierto a nuevas experiencias. Cosmopolita, por el contrario de los turistas, no son unos meros espectadores sino que participan y promueven las nuevas culturas que conocen.
- La segunda, la exposición al marketing, que a través de la emisión de imágenes y valores, influye en los individuos y agentes de las culturas a través de estrategias globales, homogéneas y emitidas por multinacionales.
- La tercera, la exposición a los anglicismos y a su uso como vínculo común entre todas las culturas.
- La cuarta, las interacciones sociales y el contacto con extranjeros, que facilita la difusión de la cultura territorial para conformar una cultura más global.
- La quinta, la exposición a los medios de comunicación, que promueven ideologías influyen en la opinión pública exportando estilos de vida y potenciando la popularización de hábitos de consumo y valores. Y por último, la sexta dimensión, el deseo individual de emular una cultura de consumo global ya que la globalización crea un foro común donde todos los individuos persiguen sus propios objetivos en comparación a los otros, se apropian de ideas o de valores de ese acervo común o aprenden con ellos.

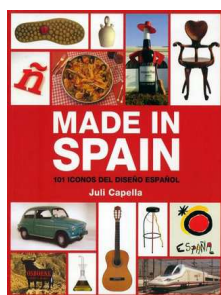
c) Made in Spain

Mientras sus competidores se benefician, a veces, por pura inercia y de manera completamente injustificada, de la poderosa marca matriz de sus respectivos países, los productos españoles se ven generalmente abocados a competir en desventaja dentro de las franjas de los precios baratos. Por decirlo de manera descarnada: aunque la imagen de España ha progresado mucho en los últimos tiempos, el made in Spain no sólo no suma, sino que, frecuentemente, resta (Manuel, 2006).

«¿Cómo extrañarse de que las propias marcas renombradas españolas no tengan interés en resaltar su nacionalidad, si resulta que el exquisito jamón de «pata negra» a veces está peor valorado internacionalmente que el italiano de Parma e, incluso, que el francés de Bayona?, ¿Qué empresa estaría dispuesta a emular a *Ikea* (Suecia), a *Carrefour* (Francia) o a *Tommy Hilfiger* (EE UU) y dornarse en los mercados exteriores con los colores de la bandera española?».

La buena imagen *macro*, política e institucional, lograda en los años '80 y '90 sigue acompañada de una mala imagen comercial: los productos españoles no son de calidad. El *Made in Spain* es un problema, no un activo, para los productos españoles. La debilidad de la marca España es universal, pero en Europa es más sangrante, dado que la UE es el principal destino receptor de nuestras exportaciones y allí donde, en consecuencia, deberíamos esperar una percepción más ajustada a la realidad (Noya, 2005).

Massimo Dutti, Springfield, Women' Secret, Armand Basi, Keraben, Rodman, Oysho, Bershka, Kiddy's Class, Roberto Berino, Pull and Bear, Natura Bissé, Victorio & Lucchino, Pulligan y Smint son algunos ejemplos de adaptación exitosa de empresas españolas a mercados en los que el nombre de España no aporta los ingredientes de prestigio, refinamiento y calidad necesarios para que puedan tomarse en consideración atributos, como la capacidad de evocar lo singular, lo misterioso o exótico, que su imagen sí contiene. Es un hecho poco discutido que en el mundo del comercio y de lo que Vicente Verdú, miembro de la *Fundación Nieman* de la *Universidad de Harvard*, ha definido como «el capitalismo de ficción», la competitividad de las empresas se sitúa cada vez más en el espacio de lo intangible donde la imagen-marca y la imagen-país juegan un papel primordial (Manuel, 2006).



La *Estrategia de Marca-País* (EMP) conforma el uso de características típicas de la vida nacional como medio de influir en la imagen y en la percepción del país en la sociedad civil, la opinión pública y los medios de comunicación extranjeros, incrementando el prestigio internacional del Estado y mejorando su posición política y su competitividad económica en el sistema mundial. Su objetivo es crear y transmitir una imagen-país (activo intangible) que acompañe a la marca-país

(logotipo, slogan y lema) que engloba a las submarcas nacionales. Es una estrategia emprendida por el gobierno de un país junto con actores de la sociedad civil, implicándose el sector público y el privado tanto en la etapa del diseño como en la implementación ya que la lógica indica que los beneficios redundarán en ambos sectores (Iglesias, 2008:106-112).



Así como todos asociamos Finlandia con *Nokia*, las dos más marcas españolas más conocidas en el mundo son el *Real Madrid* y el *F.C. Barcelona*. Sólo, una marca comercial, *Zara*, está entre las 100 marcas globales del mundo. *Telefónica* y *Santander* tienen también una gran imagen de marca, pero limitada a América Latina y Reino Unido. Las marcas españolas están poco prestigiadas incluso en la *Unión Europea*: el *made in Spain* no vende bien. Italia tiene mucha mejor imagen que España, razón por la que, paradójicamente, varias empresas españolas han creado marcas de resonancia extranjera: *Máximo Tutti*, *Nina Ricci* o *Loewe* (Chislett, 2008:03-05).

El director de internacional de *Indra*, Cristóbal Morales, afirmaba en 2006 que (Barbería, 2006):

«Indra es la multinacional española líder del sector de las tecnologías de la información, comunicación y defensa, sin embargo, no siento que ser una empresa española nos suponga una desventaja [...] No vamos haciendo alarde de españolidad, lo que hacemos es adaptarnos a nuestros mercados, de forma que somos mexicanos en México y argentinos en Argentina [...] España no es Alemania y las cosas son como son [...] nuestros políticos y la administración han tardado muchísimo en darse cuenta de la importancia de la imagen-país y por eso estamos en segunda línea. En España, somos muy aficionados a darnos golpes de pecho, pero no hacemos nada para resolver un problema de siglos»

España necesita imperiosamente internacionalizarse bajo los signos de la calidad y el prestigio. Necesita prestigiar la marca España, no tanto para arropar, que también, a sus grandes compañías, dotadas ya de capacidad tecnológica y recursos propios de marketing, sino, sobre todo, para suministrar el imprescindible paraguas a las medianas y pequeñas empresas que tendrán que buscarse el negocio fuera. El hecho de que la marca sea internacional constituye en sí mismo un elemento positivo en la decisión de

compra y está igualmente demostrado que existe una relación entre el valor de la imagen y el precio de las acciones (Manuel, 2006).

Frente a la marca España, surgía el problema de su CCO. España no aporta el plus de prestigio que le correspondería como país europeo y desarrollado en sus productos. Su imagen exterior, positiva en el plano deportivo, cultural y político - algunos analistas caracterizan a los españoles como los «prusianos del sur» -, no le hace justicia a la realidad de su nivel económico actual, ni a la calidad de su producción industrial. Este desfase entre la imagen y la realidad es un obstáculo mayor con vistas a la obligada internacionalización de las empresas españolas porque lastra seriamente su competitividad con el prejuicio de un país relativamente atrasado que fabrica -con poca o ninguna tecnología ni diseño- productos tradicionales, por lo general, agroalimentarios y de baja calidad (Manuel, 2006).



Nagashima (1970: 68-74) definió *Country of Origin*, COO – su Made In - como la reputación del estereotipo que un hombre de negocios o un consumidor tienen de los productos de un país en concreto. Esta imagen es creada por múltiples variables, como los productos más representativos de la región, las características nacionales, el contexto económico-político, historia o tradiciones. COI, *Country of Origin Image*, se basaría en las percepciones cognitivas, afectivas y conativas de las personas y productos de un determinado país. El COI, estaría formado por el GCA, *General Country Attributes*, GPA, *General Products Attributes* y por el SPA, *Specific Product Attributes* (Pereira, 2005: 103-106).

Bilkey y Nes sentenciaron en los años '80 que el país de origen de los productos podía influir en la elección de los consumidores a la hora de su elección. Peterson y Jolibert demostraron, de nuevo, en 1995, que así era. Por su parte, Al-Sulaiti y Baker realizaron en 1998 extensas investigaciones sobre la influencia de los tópicos en estas elecciones por parte de los consumidores. Por lo tanto, es evidente que el origen de los productos influye en su compra como una variable cualitativa de las percepciones, de la imagen de marca de los productos y de la intención de compra del consumidor (Pinkaeo, 2000:99).

La influencia de la imagen de marca país se refleja en las actitudes de partida de los consumidores ante la producción de los distintos países, configurada por una serie de estereotipos que afectan a la forma de percibir los productos en aspectos relativos a calidad, buen o mal resultado y que influyen sobre el riesgo percibido cuando se va a realizar una compra. Las clases, las naciones y las regiones económicas, culturales y lingüísticamente dominantes refuerzan su poder virtual e inmaterial del capitalismo cosmopolita. Sin embargo, los grupos sociales y territorios históricamente mal colocados aumentan su riesgo de quedar definitivamente vulnerados y excluidos (Alonso, 2007:13-32).

Existen muchas evidencias que indican que los productos elaborados en países desarrollados son mejor vistos que los fabricados en países menos desarrollados. Cuando los consumidores evalúan los productos extranjeros que llegan a sus manos, infieren en los productos las características y prejuicios que ya poseen de sus países de origen. Han, en 1990, afirmó que la economía, la política o las características culturales, eran elementos de los países de origen que los consumidores volcaban sobre los productos a la hora de conformar su imagen previa (Pinkaeo, 2000:102).

Para Aaker, como ya hemos visto, la construcción de marcas fuertes se ha convertido en una prioridad para el marketing de muchas organizaciones, ya que esto les posibilita un gran número de ventajas: establecerse de forma más enérgica en el mercado, menos vulnerabilidad a las acciones de la competencia, oportunidades de extensión de marca... etc.

El COO, ha sido, en consecuencia, un área del marketing y de la literatura académica con extensos estudios y análisis en los últimos años: Ahmed y Kim (1995), Zhang (1997), Al-Sulaiti y Baker (1998), D'Astous (1999) o Li (2000). Pero también, han sido relevantes los estudios en el campo de la marca-país: Feldwick (1996), Morrin (1999), Schultz (2002), Yoo y Donthu o Muniz y O'Guinn (2002). Cada vez es más asumida la teoría de que las variables imagen del país y marca-país están estrechamente unidas (Passwan, 2004: 145).

En el mercado internacional en el que operan las empresas, el país de origen puede convertirse en una asociación importante a la hora de crear una imagen de marca,

siempre que constituya un factor relevante y positivo para la identificación y diferenciación de un producto. Este concepto, podría definirse como el conjunto de fortalezas (y debilidades) vinculadas al país de origen que incorporan (o sustraen) el valor suministrado por una marca o servicio al fabricante que el país de origen y/ o a sus clientes (Álvarez, 2004:40).

En este sentido, en los trabajos realizados sobre este tema, se ha comprobado que el país de origen o *made in* tiene un efecto significativo en las decisiones de compra de los consumidores, ya que influye en la opinión sobre la percepción de calidad de los productos (García Rodríguez, 2004:25).



Por lo tanto, la percepción que los consumidores tienen de un país es equivalente a la suma de todos los elementos que lo componen, más la política de acción comunicativa, resultante de las acciones realizadas para dar a conocer las características del producto/ país. Los consumidores pueden tener percepciones muy diferentes relacionadas con países distintos e, incluso, la sensibilidad con respecto a su país de origen puede variar entre los individuos, dependiendo de las experiencias que hayan tenido. Por ello, el país de origen se considera una variable extrínseca del producto, como también lo son el precio, el nombre de la marca, la distribución y la publicidad, que contribuye a formar su imagen, unida a otros atributos suyos, como el sabor, el diseño y las prestaciones.

Tse y Lee analizaron el término COO, *Country of Origin*, desde la perspectiva de tres variables: el COA, *Country of Assembly*, COD, *Country of Design* y COP, *Country of Parts* (Tse, 1993: 25-48). Estas tres variables, para Inch y McBride, serían independientes, mientras que las dependientes, configurarían aquellas variables que estarían relacionadas con la calidad. La calidad percibida del producto, está en consonancia con su COO, pero también con la calidad de su diseño o composición (Insha, 2004:256-265).

Los efectos que explican la influencia del COO en el consumidor se basan en los efectos que provoca su país de origen (riqueza, comercio, movilidad o cosmopolitismo),

los efectos culturales o de tiempo. Sin embargo, es la riqueza, la variable que más se utiliza para representar los efectos de un país (Dekimpe, 2000:25-41).

En los estudios realizados sobre el *made in*, se ha analizado cómo resulta un factor clave en el nivel de aceptación de un producto, es decir, cómo influye en la formación de las actitudes hacia éste en sus tres niveles: a nivel cognitivo, constituye una importante fuente de información reductora del riesgo percibido por el consumidor; a nivel afectivo, tiene efectos considerables que se relacionan con el mayor o menor agrado hacia los productos de un país; y, finalmente, a nivel de comportamiento, no existe unanimidad entre los autores (Alonso, 2007: 13-32).

Existe también la creencia de que sólo si el consumidor conoce el origen, el COO del producto inferirá sus percepciones sobre el producto, ocurriendo que, si no lo conoce, no podría hacerlo. Son tres variables las que se ponen en juego cuando se relacionan productos extranjeros y consumidores: la jerarquía de la imagen de los países de origen, la estructura propia de cada país y la procedencia del consumidor (Idem).

El valor de una marca no puede comprenderse aislado, sin analizar sus fuentes y los factores que contribuyen en su formación en la mente de los consumidores. Muchas estrategias de marketing que se basan en la marca de los productos, analizan sólo las cuatro variables del marketing mix definidas por McCarthy (2004): promotion, placement, price y product. Sin embargo, olvidan otros factores, como el COO, muchas veces más presentes en la mente del consumidor que los anteriores (Yasin, 2007:38).

Existen grandes estereotipos en las mentes de los consumidores. La etiqueta *Made In* convierte a muchos productos en superiores o en inferiores dependiendo de la perfección que se tenga del país. Productos de países que tienen una buena imagen son más aceptados que los productos de países que tengan una imagen peor. Por lo tanto, el país de origen es un factor determinante en la elección de los consumidores (Yasin, 2007:39).

La literatura sobre COO concluye que, a la hora de realizar una evaluación de un producto, se realizaría una inferencia de la imagen que se tiene del país de origen sobre el mismo producto (Goldberg, 2002:901-906). El valor de marca se refiere a una

amalgama de valores inherentes al nombre de la marca reconocido por los consumidores. Esto, por ejemplo, es un fenómeno que surge cuando un consumidor prefiere pagar más por un producto sólo por la marca asignada a ese producto en concreto (Bello, 2006:125-31).

Como ya hemos visto, el valor de marca se refiere a las propiedades intangibles de la marca. Pero además, se puede añadir que este valor se va incrementando a la vez que lo hace el propio nombre de la marca. Cada vez más, el término valor de marca representa la posición de un producto en la mente de sus consumidores, ya que es el propio posicionamiento el que proporciona un valor al nombre de la marca. Lo que los consumidores piensan de una particular marca determina el valor que tienen de ella en sí mismos (Yasin, 2007:39).

La marca juega un rol especial a la hora de aumentar la confianza de los consumidores en los productos que podríamos denominar intangibles, capacitándoles a conocerlos y visualizarlos mejor. Esto reduce, además, el riesgo social, económico o de seguridad al que se ven sometidos antes de realizar la compra. Una marca con un alto valor, aumenta su satisfacción, reputación y grado de lealtad (Hoon, 2008:75-82).

La percepción de baja calidad o de imagen no positiva deriva de una exposición previa a informaciones y experiencias personales negativas. Información subjetiva, creencias, prejuicios que influyen en nuestras percepciones sobre las marcas más que la propia calidad de los productos, condicionando, por lo tanto, su adquisición. Los consumidores usan su percepción de calidad como una señal de la imagen (Miles, 2008: 715-723).

Schooler descubrió que para ciertos productos que parecen iguales, excepto por su COO, sus evaluaciones, por parte de los consumidores, eran diferentes. Como comentábamos, el COO transmite al consumidor cualidades específicas del producto que se basan en experiencias humanas, directa o indirectamente aprendidas y en el ambiente natural que transmite el propio país. Los factores regionales que conforman su imagen crean una identidad única para el producto, infiriéndole un valor añadido (Ittersum, 2003:215-226).

Mientras un COO que transmite baja calidad reduce la calidad percibida de un producto, dependiendo de la reputación de su marca, el grado de calidad percibida debería ser diferente. Así, una marca que transmite valores positivos y cuya reputación es relevante, no debería estar influida por su COO en el caso de que éste transmitiera baja calidad. Sony, por ejemplo, independientemente de su COO (Japón) y del posible país donde haya podido ser elaborado el producto – Made In – (Tailandia, Taiwán...), es capaz de transmitir una calidad que no se ve inferida por estos datos. Por contraste, una marca más débil, sí se vería significativamente influida por estos datos. Podría ser el ejemplo de *Hyundai/Kia* y la imagen negativa que arrastran sus productos a pesar de la calidad real que poseen (Jo, 2003:637-646).



Cuanta mayor información tienen los consumidores sobre la calidad de los bienes y servicios, mayor es su satisfacción. Esa información se genera gracias a las interacciones sociales e individuales. Las pistas sociales que más influyen en los consumidores, son el estilo de vida, las actitudes o la información demográfica (Hu, 2006:25-48). Pero también se tienen en cuenta otros elementos relacionados con su diseño, tales como el color, la textura, la luminosidad o sus formas. La satisfacción del cliente aumenta, cuando más personalizado esta el producto (Hu, 2007:222-230).

Como estamos viendo, son muchos los estudios que demuestran que los efectos del COO en la evaluación de productos (Jaffe, 2001). La influencia, características y antecedentes de la imagen del COO son parte de la mayor parte de los estudios sobre COO, tópicos y comportamientos del consumidor (Ahmed, 2007: 240-248).

Ante productos extranjeros, surgen dos procesos en el consumidor. El primero, el cognitivo, que es aquel que por medio de asociaciones y creencias relaciona los elementos geográficos y de origen del COO con el producto. El segundo, sería el afectivo, que son aquellos que se refieren a los sentimientos o emociones que el propio producto evoca en los consumidores (Luomala, 2007:122-129).

Desde los '90, tanto consumidores como mercados, han utilizado el COO y los nombres de las marcas para evaluar los productos. Webb y Po (2000) dieron cuatro

razones para este fenómeno. Primero, debido al rápido proceso de globalización, muchos consumidores se fijan en las marcas y en su COO para simplificar toda la información habida en los mercados, usándolos a su vez como indicadores de calidad y de aceptabilidad. Segundo, debido a la estandarización y a la complejidad de los productos, se tiende a hacer más común el uso de los COO y de marcas. Tercero, COO y marcas ofrecen grandes oportunidades en las estrategias de marketing de las grandes multinacionales. Y cuarto, debido a los medios de comunicación, los consumidores, rápidamente se familiarizan con los nuevos productos, aunque éstos sean extranjeros, y también con sus diferencias. Ciertos COO y marcas se enfocan a incrementar su reconocimiento en los mercados y a cosechar éxitos.

d) Outputs e Inputs de España

El *Instituto Español de Comercio Exterior* (ICEX) diseñó una arquitectura de marcas españolas y de la Marca España en apoyo al Plan de Internacionalización de la *Secretaría de Estado de Turismo y Comercio*, focalizado en los mercados seleccionados como prioritarios: Estados Unidos, Japón, China, India, México, Brasil y Rusia. El *Foro de Marcas Renombradas* y COFIDES han diseñado un producto financiero orientado a apoyar el lanzamiento de marcas españolas a nivel internacional, que se denomina *Finbrand.*, además del *Premio Príncipe de Asturias en la categoría de Gestión de Marca Renombrada Española* o el fomento de la investigación académica en materia de marcas. El *Foro de Marcas Renombradas* comenzó su andadura en 1999, cuando 17 empresas pioneras y titulares de marcas renombradas con proyección internacional firmaron un convenio con el *Ministerio de Ciencia y Tecnología*.

La percepción de los países entra también en juego en las relaciones internacionales, cuando los gobiernos de unos y otros países toman en cuenta a sus homólogos a la hora de tomar, o no, decisiones políticas, decisiones que influyen en millones de personas en todo el mundo. Para algunos países, el turismo representa su principal industria y por lo tanto, se convierte en razón de estado. Pero también, la habilidad para exportar y fabricar productos en diferentes partes del mundo (Astous, 2007: 231-239).

Puede decirse que España se abrió al mundo en 1986, cuando fue aceptado como miembro de pleno derecho de la Unión Europea¹¹⁷. Según datos de la *Secretaría de Estado de Comercio y Banco de España*, el grado de apertura de nuestra economía en 1986 era del 26%. En 2005, esta cifra alcanzaba el 56%. Entre 1985 y 2005, el valor de las exportaciones españolas se multiplicó por 7,7, frente al total mundial del 5,3 (Martín, 2007:2).

Es la inversión española en el exterior la que está siendo la gran protagonista del proceso de apertura e integración económica. España, ha pasado de ser emisor neto de IDE del 3% PIB en 1990 al 33,8% en 2005, lo que refleja el rápido proceso de internacionalización de las empresas españolas, según reflejan los datos del *Registro de Inversiones* de la *Secretaría de Estado de Turismo y Comercio* (Martín, 2007:3).

Según el *Informe sobre la Internacionalización de la Empresa Española del Sector de Servicios* de 2007 del *Instituto Español de Comercio Exterior*, ICEX (Martín, 2007:5), las empresas españolas se caracterizan por una capacidad limitada de exportación desde origen y por una adaptación al mercado final, que requiere implantaciones específicas en destino. La mayoría de empresas españolas perciben la *Marca España* como muy favorable o favorable, ampliando esta percepción en las áreas de mundo donde están implantadas¹¹⁸.

El conjunto de empresas asociadas muestran, a nivel macroeconómico, un gran peso en la economía española, pues suponen el 25% del PIB español, el 33% de la exportación y el 5% de empleo directo en España.

Los datos del estudio del ICEX sobre la empresa española internacionalizada de 2006, basado en muestra de 10.000 empresas, en los últimos 5 años (desde 2002) se ha duplicado el número de empresas implantadas en el exterior, un tercio de ellas adoptan formas de internacionalización que van más allá de la exportación, su implantación comercial y/o productiva es la fórmula más habitual de internacionalización, existiendo una predominio de implantaciones en Europa y Latinoamérica. Además, el 53% de las

¹¹⁷ *Op Cit. Informe Proyecto...* 2003:324

¹¹⁸ «Informe sobre la Internacionalización de la empresa española del sector de servicios». Madrid: ICEX, 2007:10

empresas confirmaron su intención de internacionalizarse en otros países donde no estaban presentes. De ese 53%, las empresas desean implantarse en mercados con alto potencial de crecimiento y atractivo país que coinciden con los considerados prioritarios por el ICEX (Martín, 2007:8).

La internacionalización sigue un patrón geográfico y cultural, factores que parecen ser decisivos a la hora de salir al extranjero, siendo Portugal (19%) y Francia (16%) los principales destinos. En cambio, en la implantación de filiales, el criterio principal es la oportunidad de negocio disponible, siendo menos importantes los criterios de proximidad¹¹⁹.

Según las *Perspectivas para la Economía Mundial del Banco Mundial* en 2007, entre 2005-2030, la producción mundial se duplicará, el comercio internacional de bienes y servicios se triplicará y aumentará la clase media mundial de 400 millones a 1.200 millones, lo que implica un incremento del 15% de la población mundial en un momento de gran protagonismo para los mercados de China, India y otras economías emergentes (Martín, 2007:8). En este panorama internacional, mayoritariamente, son PYME's, muy dinámicas, las protagonistas de la internacionalización española¹²⁰. Sin embargo, no existe un sentimiento de fidelidad ni de simpatía preferente frente a las empresas españolas. Las contrataciones siguen las más estrictas leyes de competitividad¹²¹.

Según el informe de 2008 del *Foro de Marcas Renombradas Españolas, FMRE*¹²², el mayor conocimiento de la realidad económica y social española por otros países provoca una mejor valoración global del país. En cuanto a sus productos y marcas, hay también una mejora con respecto a otros estudios anteriores. Los atributos de diseño e imagen, relación calidad-precio y la calidad de los productos y/o servicios

¹¹⁹ *Op Cit. Informe sobre...* 2007:12-13

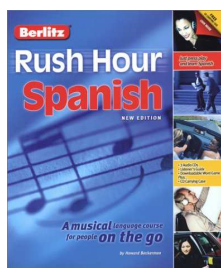
¹²⁰ *Op Cit. Informe sobre...* 2007:26

¹²¹ *Op Cit. Informe sobre...* 2007:16

¹²² El Foro de Marcas Renombradas Españolas, FMRE, es una entidad integrada por la Asociación de Marcas Renombradas Españolas (AMRE), el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, y la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). El FMRE es el organismo que estudia la Marca España. Desde el año 2001, el FMRE ha realizado estudios empíricos con el propósito de conocer el posicionamiento competitivo de las marcas españolas en los mercados internacionales y los puntos más fuertes y débiles de la imagen de España en el exterior, así como las consecuencias del efecto *Made in Spain* en el valor de la imagen de estas marcas. Más información en www.marcasrenombradas.com

son los mejor valorados, aunque la innovación y tecnología y el servicio post-venta y asistencia técnica sean los peor puntuados. Francia e Italia siguen siendo nuestros mayores competidores en casi todos los ámbitos, menos en turismo, donde EEUU se convierte en nuestro mayor competidor. En general, la imagen y prestigio de las marcas españolas en el extranjero ha mejorado¹²³.

Según el *FMRE*, las marcas renombradas españolas se convierten con el proceso de internacionalización, en las locomotoras de la formación y retroalimentación de la Marca España. Por su parte, en el ámbito cultural, según el *Anuario del Instituto Cervantes*¹²⁴, se afirma que la lengua - española: castellano/español - se percibe como un fuerte valor cultural, con el que, históricamente, muchas veces no se ha sabido qué hacer y que ahora, con muchas más posibilidades (y muchos más hablantes) tampoco se sabe muy bien cómo tratarla. El español se descuidó, se dejó perder. Las cosas están cambiando. El elemento determinante es el nuevo prestigio internacional de la lengua: los anglosajones aprenden español para acceder a los nuevos mercados, para establecer contactos políticos, sociales, para una nueva comunicación de culturas (Marcos, 2005).



La lengua española es un poderoso argumento. En una veintena de países es la lengua nacional, y la lengua predominante en la administración y la educación. Sólo el inglés y el francés son oficiales en mayor número de Estados. En aquellos países donde el español es oficial, la proporción media de hablantes nativos de español es superior al 90%, por delante del francés o del inglés, con el 35% y el 28% respectivamente. Trescientos cincuenta millones hablan español como lengua materna, y forman el tercer o cuarto grupo de hablantes nativos tras los del chino mandarín, el inglés y el hindi. El español es una de las seis lenguas oficiales de las *Naciones Unidas*, y lo es además en la Unión Europea y en las organizaciones regionales de América (Otero, 2005:2).

Poseer una lengua tan extendida reporta a España –y a los demás países que la comparten – una cierta ventaja en la hora de la internacionalización de la economía. Es

¹²³ «La Imagen de España, Sus Marcas y Empresas en el Mundo». Madrid: *FMRE*, 2008:69

¹²⁴ El *Instituto Cervantes* es la institución pública creada en 1991 para la promoción y la enseñanza de la lengua española y para la difusión de la cultura española e hispanoamericana.

nuestro petróleo. El español representa para España un valor económico equivalente al 15% del producto nacional bruto (Otero, 2005:3).



Como aspecto curioso, en la industria del automóvil, el peso de la herencia castellana es más que relevante. Desde marcas que evocan a nombres profusamente españoles, como *Mercedes* (*Daimler-Benz*) a modelos con acento puramente español con nomenclaturas en *Seat* (*Alhambra, Altea, Arosa, Bocanegra, Bolero, Córdoba, Fórmula, Ibiza, Inca, León, Málaga, Marbella, Panda, Ritmo, Ronda, Salsa, Tango, Toledo o Tribu*) o en otros compendios extranjeros, como *Fiat* (*Bravo, Delta, Croma, Línea, Palio, Panda, Premio, Regata, Ritmo o Tipo*), *Ford* (*Corcel, Granada, Puma o Pinto*) o *Lamborghini* (*Miura, Islero, Murciélago, Gallardo, Diablo, Bravo, Espada, Jarama o Reventón*). Existen otros ejemplos bien conocidos en Europa y en Estados Unidos, como el mal posicionado *Mitsubishi Pajero* y su sustitución posterior por el *Mitsubishi Montero* u otros modelos como el *Mercury Caliente, Victoria, Austin Toledo, Suzuki Alto, Triumph Toledo, Hyundai Sonata, Lotus Europa, Tata Safari, Vauxhall Viva, Bentley Continental, Lincoln Seville, VW Polo, Renault Fuego, Renault Laguna o Talbot Lago*. En el mercado asiático, son bien conocidos vehículos como el *Toyota Cresta, Toyota Granvia, Toyota Premio, Toyota Prado, Nissan Moco, Nissan Serena, Nissan Almera, Nissan Primera, Kia Venga o Kia Borrego* y acabados de equipamiento como *Tanto, Vamos, Mira, Sienta, Pino, Estima o Vista*.

España siempre ha sido una potencia cultural independientemente de sus éxitos o fracasos políticos o económicos (Marina, 2003:152). Sin embargo, el peso real de la cultura española en el mundo es enorme, aunque no lo parece. Efectivamente, percepción y realidad parecen estar separadas por una gran distancia. El grado de desconocimiento es muy elevado y, cuando se conoce, tampoco se identifica la cultura española como una de las grandes de Europa, apareciendo siempre por detrás de la francesa, la inglesa, la italiana y la alemana (Noya, 2003:33).

Aún con todo ellos, tanto en el ámbito cultural como empresarial, la *Marca España* está entre los primeros puestos del mundo en lo que respecta a valor de marca.

Se trata de una marca mítica, con más de cien años de historia, heredera de toda su trayectoria deportiva y social, es el mito del liderazgo, de la universalidad, del éxito, del prestigio (Noya, 2002:97).

Existe una clara relación en el mapa de movimientos turísticos entre destinos y países de origen (Sriram, 2002:55-90). Entre las peculiaridades de los países latinos para la convergencia con los países del centro y norte de Europa, a partir de los años cincuenta y sesenta, se destacan los invisibles (la emigración y el turismo), lo que implica un reconocimiento y un primer intento de integración del turismo en la teoría del desarrollo y de la actividad turística como una de las señas de identidad de estos países. La teoría de un modelo latino, de una vertiente mediterránea de la modernización, plenamente europeo, en la que los invisibles (entre los que se encuentra el turismo) juegan una función estratégica para la convergencia, en la buena dirección, frente a la infravaloración o actividad bajo sospecha de la actividad turística del pasado (Bote, 1998:36).

El comportamiento del consumidor/turista se ve influido por un número determinado de factores a la hora de tomar su decisión. El conocimiento y circunstancias socioculturales del turista condicionan su destino (McKercher, 2006:647-652). El profesor Enrique Ortega afirma que la promoción y el marketing de los destinos turísticos se focalizan principalmente en países tradicionalmente industriales, con la intención de promoción y atracción de turistas (Otega, 2007:146-152).

La publicidad juega un importante papel tratando de crear una imagen favorable de esos destinos, genera conocimiento de los lugares a visitar, creando una imagen positiva de los destinos y motivando el interés de los turistas por viajar. Pero también, el boca-boca de amigos y familiares sobre experiencias e informaciones adicionales, es un canal relevante en la formación de la imagen del destino (Governs, 2004:117:129).

Por lo tanto, la comunicación de los destinos turísticos, una vez los turistas han llegado no puede ser la misma que la utilizada para motivarles, sino que debe ser orientada a aumentar el conocimiento y las experiencias de los turistas sobre otros puntos de interés, evitando el esfuerzo psicológico de búsqueda de información (Otega, 2007:146-152).

España aparece a la cabeza de los rankings en «país donde le gustaría a uno jubilarse (...), país que mayor número de personas están interesadas en conocer» y por supuesto, en todo lo relacionado casi indefectiblemente con sol y playa, ocio y diversión (Noya, 2002:124). Los españoles son para el resto de los europeos la personificación de la «tranquilidad, del buen comer y del carpe diem», según un estudio de 2007 del *Olympus School* (Cortina, 2007).

Según datos de 2006, del *Instituto de Estudios Turísticos*, IET¹²⁵, tanto las llegadas de turistas internacionales como el gasto turístico generado por los mismos crecen cada año. Ambos datos vuelven a situar a España en segundo puesto a nivel mundial, es decir, tanto en llegadas de turistas extranjeros, como en ingresos por turismo. El 90,1% de los turistas extranjeros tienen como destino principal las 6 comunidades autónomas siguientes ordenadas por volumen de llegadas: Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid¹²⁶.

En este mismo sentido, el Reino Unido y Alemania concentran el 45% del turismo de no residentes. Si a este grupo se incorporan Francia, Italia y Países Bajos, el porcentaje sobre el total asciende a 71%. En lo relativo al gasto turístico, prácticamente la mitad del mismo se agrupa en dos mercados, Reino Unido y Alemania. El 79,4% de los turistas que visitaron España en el año 2006, lo hizo por motivos de ocio-vacaciones, frente a un 10,8% que vino por motivos de trabajo. El segundo motivo en importancia fue: «trabajo, negocios, ferias y congresos», que concentró en el 10,2% del gasto turístico total¹²⁷.

¹²⁵ El *Instituto de Estudios Turísticos*, IET, es el órgano responsable de la investigación de los factores que inciden sobre el turismo, así como la elaboración, recopilación y valoración de estadísticas, información y datos relativos al mismo.

¹²⁶ «Balance del turismo en España en 2006». Madrid: *Instituto de Estudios Turísticos*, 2007:1

¹²⁷ *Op Cit. Balance...* 2006: 2006:8

e) Embajadores de la marca España



Javier Bardem, aparecía en septiembre de 2008 en portada de la revista *T* del *New York Times*, dedicada a la moda masculina. El actor, repasaba sus últimas interpretaciones, la del violento personaje de Chigurh en *No es país para viejos*, de los Hermanos Coen, y la del seductor pintor que cautiva a tres mujeres en *Vicki Cristina Barcelona*, de Woody Allen (Merino, 2009). Javier Bardem, con su Óscar a *Mejor Actor Secundario*, se convertía en otro icono de la cultura española.

Como hemos visto, un conocimiento adecuado del COO es crucial para transferir la imagen del COO a la imagen de la marca, sin embargo, si los consumidores no conocen nada del COO, no podrán transferir grandes aspectos a la misma. El COO tiene una gran capacidad de influir en las percepciones de los consumidores. Tanto el marketing como los propios consumidores, realizan grandes esfuerzos en entender mejor la influencia del COO en las decisiones de compra de los consumidores y en las estrategias de marketing (Ortega, 2007:95-97).

Autores como Al-Sulaiti (1998:150), afirman que el COO debería constituir el quinto elemento del *Marketing Mix*. Otros autores, como Thakor y Katsanis (1997:79:100), afirman que el COO sólo se limita a las percepciones del producto/marca, ocasionando, incluso, que la marca tenga mayor poder de influencia que el COO sobre los propios productos.

Los productos de países más desarrollados, son mejor evaluados que aquellos que proceden de países en vías de desarrollo. Además, los consumidores evalúan mejor los productos y las marcas nacionales que las importadas (Ozretic, 130-136). Sin embargo, en algunas zonas, otros autores han averiguado que las marcas extranjeras son mejor valoradas que las propias. Un ejemplo de este fenómeno, serían los *PECOS*, Países de Europa Central y Oriental, quienes consideran que los productos importados, son de mejor calidad que los nacionales (Gibbs, 1995:297-314).



En el caso español, existen sinergias que enriquecen mucho la imagen exterior como pueden ser aquellas empresas que, además de incorporar el *Made in Spain* en sus productos, aportando valores culturales muy ligados a la forma de vida de los españoles. Valores como la dieta mediterránea, por ejemplo, que incluye la comida y la bebida se vinculan claramente con el buen vino, el aceite de oliva y el jamón. También la moda y el diseño se perciben cercanas al *Made in Spain*, pues hay una relación recíproca y sinérgica entre estos aspectos y la manera de ser de los españoles.

Es decir, los efectos de la imagen del país de origen, ayudan a su vez a consolidar la imagen de sus empresas en un mundo mucho más competitivo y exigente en calidad y servicio¹²⁸.

Cuando se exportan productos relacionados con la gastronomía, la moda o el diseño, además de crear valor para sus marcas, se refuerza la imagen de España en el mundo, ya que esos productos se ven respaldados por connotaciones culturales del país de origen, España, consecuencia de las costumbres, estilo y calidad de vida. También exportar excelencia es emitir mensajes positivos para la imagen país¹²⁹.

Las empresas y productos españoles viajan de país en país con sus propios méritos y habilidades; pero acompañadas de una referencia permanente, el *Made in*, entendido como los productos fabricados y los servicios prestados por las marcas vinculadas a un país con independencia de su origen geográfico. Por eso, las percepciones que los clientes internacionales tengan del *Made in* son fundamentales, puede ser un valor añadido o un lastre para la competitividad internacional¹³⁰.

La imagen exterior de un país está relacionada cada día más, con la posición de poder de ese país en el mundo – poder económico, fundamentalmente –. Y los factores extraeconómicos, como son los factores institucionales y políticos, culturales y sociales,

¹²⁸ *Op Cit. Grandes marcas...* 2008:328

¹²⁹ *Op Cit. Grandes marcas...* 2008:326

¹³⁰ «Embajadores de la Marca España en Grandes marcas de España». Madrid: *FMRE e ICEX*, 2008:318

que tienen aplicación práctica si redundan en el bienestar de sus habitantes, es decir, si crean riqueza. Las grandes empresas españolas, campeones nacionales en algunos casos, debido a su rápida y fuerte expansión por Iberoamérica durante finales del siglo XX, son denominadas ya por muchos como los *Nuevos Conquistadores Españoles*¹³¹, y son, parte indiscutible del listado de *Grandes Marcas de España*¹³² (VER ANEXO).

España ha liderado el crecimiento económico de los grandes países en la zona Euro, consolidando sus equilibrios macroeconómicos con descensos significativos de los tipos de interés reales, de la deuda externa, la tasa de inflación y el desempleo. Según la edición del 1 de agosto 2006 de la revista *Ausbanc*, España vende. En apenas diez años, las grandes empresas españolas han entrado entre las primeras multinacionales del mundo (Núñez, 2006:16-22).

Así, la vinculación de España con infinidad de áreas – no sólo económicas - va creciendo en importancia en sectores tradicionalmente alejados de su imagen, como son las telecomunicaciones, los servicios financieros y la energía, especialmente las energías renovables, incluso la moda, aunque sigue siendo más estrecha la asociación con lo lúdico, como el turismo, el patrimonio cultural e histórico y la gastronomía. Pero la imagen es una percepción de la realidad, no es la realidad misma. Es preciso aprovechar las herramientas con las que cuenta España para reconstruir su *Made in Spain*¹³³.

La historia, los lazos y legados culturales, más una posición geoestratégica privilegiada, hacen de España el mejor enlace entre Europa y Latinoamérica, el norte de África y oriente medio. España es así un puente para llegar a más de 1.000 millones de clientes potenciales. España es el nexo natural de unión entre Europa y Latinoamérica por su idioma común y su profunda relación cultural y empresarial. También las empresas españolas han tomado posiciones importantes en Europa, EE.UU. y Asia. Las multinacionales españolas son líderes reconocidos en todo el mundo en infraestructuras, servicios públicos, telecomunicaciones y banca.

¹³¹ El diario francés *Les Echos*, publicaba un artículo de Gilles Sentés en la que hacía referencia a los «Los nuevos conquistadores españoles». Afirmaba que «la agresividad [de las empresas españolas en el extranjero] no es del gusto de todo el mundo y no se debería, según alguno de sus detractores, a una especie del milagro español, sino a un dispositivo que permite a las empresas del país amortiguar fiscalmente el goodwill en el caso de adquisiciones en el extranjero». 10 de abril de 2006

¹³² *Op Cit. Grandes marcas...* 2008:13

¹³³ *Op Cit. Grandes marcas...* 2008:322

«A lo largo de la historia muchos son los españoles que han desempeñado este papel. Los aventureros que acercaron Europa a América, los escritores que hicieron del español un instrumento de comunicación global, los artistas que lograron que la pintura española sea un referente del arte universal y, hoy en día, los deportistas que triunfan en todo el mundo. Todos ellos, y muchos más, han contribuido a crear una imagen que ha derivado en la *Marca España*. (...) Todos, como *marca personal individual*, contribuimos a construir la *Marca España Corporativa*»¹³⁴.



En este sentido, se valora en el análisis de la imagen de la *Marca España*, el papel de los *Embajadores de la Marca España*, personalidades e instituciones a las que se les reconoce su trayectoria profesional y a su labor como catalizadores de la imagen de España, contribuyendo a mejorar y consolidar la imagen internacional de prestigio: *Ferrán Adriá, Severiano Ballesteros, el diario El País, Valentín Fuster, Juan Antonio Samaranch, Amancio Ortega, José Carreras, Javier Solana, Rafael del Pino, Pedro Luis, Pedro, el Real Madrid, Joan Massagué... etc* (Samaranch, 2008:310).

La presencia económica es permanente, también lo es su proyección de imagen. España es ya el sexto inversor mundial. Las inversiones españolas en el exterior son crecientes y si bien tienen como destino destacado Latinoamérica, se extienden a los cinco continentes: *Telefónica, Gas Natural, Iberdrola, Acciona, Inditex, BBVA, Santander, Repsol-YPF, Pescanova, Barceló Resorts, NH Hoteles, Roca...* configuran la presencia económica de España en el mundo. Pero además, la ampliación de la UE hacia el Este ha abierto nuevas oportunidades para empresas españolas. En cuanto a la captación de inversiones extranjeras hacia España, sede tradicional de muchas empresas multinacionales del sector de automoción entre otros, fundamentalmente empresas de la Unión Europea, USA y Japón¹³⁵.

Sobre el *Banco Bilbao Vizcaya, Santander, Telefónica, Endesa y Ferrovial*, «ha llegado la *Armada Invencible*», escribía el *Financial Times*, que trataban de imitar el modelo *Zara*, los valores y los logros cosechados en estos cinco lustros no han

¹³⁴ *Op Cit. Grandes marcas...* 2008:308

¹³⁵ *Op Cit. Grandes marcas...* 2008:328

comportado el cambio general sustantivo de la imagen-país porque lo que ha fallado y sigue fallando es la marca matriz (Barbería, 2006).

La presencia de España en la *OTAN*, en la *ONU* y en la *Unión Europea* ha llevado al *Ejército Español* a tener un papel destacado en misiones pacíficas en zonas de conflicto. Las ayudas prestadas por España a zonas de catástrofe han tenido como contexto más frecuente, pero no exclusivo, Latinoamérica y han contribuido a proyectar una imagen de un país solidario y abierto a la cooperación internacional. Además, el prestigio internacional de la *Monarquía Española*, tiene sus raíces más sólidas en el papel que ha jugado el Rey Juan Carlos I en la transición política de España, el cual se extiende gracias a su acción en el exterior. Esta labor se complementa con el apoyo a causas solidarias, a iniciativas en el arte, en la cultura y en el deporte que la *Familia Real* lleva a cabo activamente. El *Príncipe Felipe*, heredero al trono, desempeña también un gran papel con frecuentes viajes internacionales en representación de la Institución. Merece especial mención la existencia de los *Premios Príncipe de Asturias* que, desde 1982, son entregados cada otoño en la ciudad de Oviedo. La *Fundación Príncipe de Asturias* ha utilizado estos premios para que el mundo mire hacia España transmitiendo mensajes de tolerancia y solidaridad, promoviendo la ciencia y la cultura como motores de la sociedad¹³⁶.

Pero además de artistas, deportistas, grandes multinacionales, políticos... tienen y han tenido un papel capital los emigrantes españoles. Según *Naciones Unidas*, 395,3 millones de habitantes en el planeta serán hispanohablantes en el año 2020 (5,8 por ciento de la población mundial). Las cifras alcanzan los 537,6 millones y un 6,0 por ciento de la población mundial para el año 2050. EEUU, por ejemplo, no ha cesado de atraer emigrantes de Latinoamérica en las tres últimas décadas del siglo XX. El volumen total de inmigrantes latinos en Estados Unidos ha crecido a tasas interanuales entre el 5% y el 10% en cada una de las tres últimas décadas. Los aumentos absolutos han sido no menos espectaculares, sobre todo en la última década, en la que, las cifras ya altas de partida de los inmigrantes procedentes de América del Sur y de Centroamérica, 0,9 y 5,4 millones respectivamente, se han doblado (Gutiérrez, 2007:19).

¹³⁶ *Op Cit. Grandes marcas....* 2008:328

Como hemos visto, el *Instituto Cervantes*, en su edición del año 2006 de su informe anual: *El Español en el Mundo*, expone que la evolución de la demanda de estudios de español y su uso tiene un crecimiento exponencial: más de 23 millones de extranjeros hablan español en toda Europa, alrededor del siete por ciento de la población de la Unión Europea. En Francia es ya la segunda lengua más estudiada, por detrás del inglés, y en Alemania es la tercera, por detrás del inglés y del francés. El *Gobierno de Brasil*, cuya lengua oficial es el portugués, votó una ley en 2005 por la que el español ha pasado a ser la segunda lengua obligatoria en todas las escuelas (Idem).

Según la *UNESCO*, por ejemplo, España es el segundo país con más lugares declarados *Patrimonio de la Humanidad*, al disponer de 37 - Italia posee 39 - de los 788 que hay en el mundo¹³⁷.

Según el director comercial del *Real Madrid*, José Ángel Sánchez (Manuel, 2006):

«El *Barça* se beneficia claramente de formar parte de una liga prestigiosa como la española, pero creo que la asociación exterior entre el nombre del club y España es débil [...] Se nos percibe como una multinacional del fútbol con sede en Barcelona que aporta espectáculo gracias a jugadores de la talla mundial de Ronaldinho [...] Lo que sí existe es una cierta asociación entre nuestro club y la figura de Gaudí, a causa del trabajo de promoción que realiza la *Consejería de Turismo de la Generalitat*. Nos siguen en nuestros desplazamientos y son ellos los que construyen las asociaciones de imágenes entre el *Barça*, la ciudad de Barcelona y sus símbolos», señalaba el vicepresidente del *FC Barcelona*, Ferran Soriano. Por su parte, el *Real Madrid* es «el equipo extranjero número uno en Japón, pero en China, Beckham se lleva de calle a las adolescentes, es todo un ídolo [...] Aunque se nos identifica con nuestra ciudad y con España, por encima de todo, somos un icono de la globalidad [...] Somos el club de fútbol con más seguidores y mayores ingresos del mundo»

Telefónica, se ha convertido en la mayor operadora del mundo hispano. La adquisición de los activos de telecomunicaciones móviles de *BellSouth* conformó el cúlmen de su política de crecimiento mediante grandes compras estratégicas. Hoy, es la

¹³⁷ Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Listado de países: portal.unesco.org/geography/es/ev.php-URL_ID=2476&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

compañía líder del mercado móvil americano y la cuarta empresa mundial del sector. Mauro Guillén, profesor de la escuela de negocios *Wharton Business School*, destaca que¹³⁸:

«La compañía ya tiene sus equipos humanos formados en Latinoamérica. Por tanto, es muy probable que recurra a gente de allí. Otra cuestión es si ahora integra todo porque, quizás, esperen a una nueva oleada de inversiones para luego integrarlo [...] Mientras las empresas estadounidenses, normalmente, cuentan con un menor nivel de expatriados y las japonesas con un elevado número; las españolas están en un punto más intermedio y, de los 15 o 20 primeros puestos directivos, suelen tener a entre 7 o 10 directivos español»

Santander, muy expuesto a Latinoamérica, quiso diversificar riesgos, por lo que ha reiterado su interés por abrirse en Europa. «Santander está siguiendo una estrategia de crecimiento por expansión, en concreto, de expansión por mercados. Crecer ofreciendo los mismo productos pero en distintos mercados», explicaba López Sánchez, quien aseguraba que el objetivo de *Santander* era aser el número uno de Europa, probablemente, en 2009. Con la compra de *Abbey*, *Santander* se convirtió en el primer banco de la zona euro, el cuarto de toda Europa y el octavo del mundo por capitalización bursátil, que ascendía a 61.909 millones de dólares¹³⁹.

Santander y *BBVA* se han convertido en los dos mayores bancos del continente europeo y rivalizan ya con las potentes entidades de las islas británicas, al igual que ocurrió en el Siglo XVI con las flotas de galeones españoles e ingleses. Partiendo del mismo puerto, *Santander* y *BBVA* han desarrollado estrategias de expansión diferentes en la forma, aunque semejantes en el fondo. «De momento parece que siguen caminos distintos, pero más tarde o más temprano volverán a encontrarse en los mismos mercados», dice Mauro Guillén, profesor de la escuela de negocios *Wharton*. En su opinión, la expansión de ambos bancos se alimenta de intereses similares¹⁴⁰.

¹³⁸ «Telefónica pone el cartel de comprado». Pensilvania: *Knowledge Wharton School*, Universidad de Pensilvania. 07 de abril de 2004

¹³⁹ «El sueño europeo de Santander». Pensilvania: *Knowledge Wharton School*, Universidad de Pensilvania. 08 de septiembre de 2004

¹⁴⁰ «La armada bancaria española». Pensilvania: *Knowledge Wharton School*, Universidad de Pensilvania. 04 de mayo de 2005

«La saturación de mercado local, una necesidad de crecer, y la búsqueda de remuneración para el accionista [...] En no más de una década, los dos bancos estarán entre los cinco primeros del mundo, algo que hace 20 años parecía un sueño»

Un claro indicio del reconocimiento internacional de la calidad de los gerentes *made in Spain* es el hecho de que cada vez son más los gerentes españoles que se encuentran en los consejos de administración de algunas de las mayores compañías europeas, como *Siemens* en Alemania, *Carrefour* en Francia o *Nestlé* en Suiza (Guillén, 2005).

Entre los últimos megaeventos organizados en España, destacan el *Campeonato Europeo de Natación de Sevilla de 1997*, *Campeonato Mundial de Natación de Barcelona de 2003*, *el Forum Universal de las Culturas de Barcelona de 2004*, *el Final de la Copa Davis de Sevilla de 2004*, *los Juegos Mediterráneos de Almería de 2005*, *el Campeonato Europeo de Baloncesto de Madrid de 2007*, *la America's Cup Louis Vuitton en Valencia de 2007 y 2010*, *la Exposición Universal de Zaragoza de 2008*, *el G.P. de Europa de automovilismo de Valencia de 2008-2014*, *la Final de la Copa Davis de Benidorm de 2009*, *la Copa Davis de Logroño de 2010*, *la Capitalidad Cultural Europea de Santiago de Compostela 2000*, *Salamanca 2002 y Córdoba 2016* y *el Mundial de Fútbol de España-Portugal de 2018*, así como los intentos para celebrar los *Juegos Olímpicos Madrid 2012 y Madrid 2016*.

La celebración de la *América's Cup* en Valencia es una oportunidad para crear marca Valencia y España y comunicar mensajes clave que perduren mas allá del evento en 2007, igual que ocurrió en el '92 con la *Expo* de Sevilla y los *Juegos Olímpicos* de Barcelona y, a la vez, conseguir un beneficio económico. El *Desafío Español*, el equipo español respaldado por la *Real Federación de Vela*, debutó la experiencia de *La Caixa*, *Campsa*, *Santander*, *Campofrío* o *Puleva* en la *World Cup of Golf*, *Malaysia Sailing Challenge* y *el Tour of China* y la *Buckler Challenge*.

f) Filtros de la marca España

Un reportaje de Tereixa Consteila (2008), redactora de *El País* y escrito en colaboración con corresponsales internacionales del medio en todo el mundo, concluía que la imagen de España en el exterior se podía resumir como:

«España es el lugar donde se leen menos periódicos de Europa. Donde el periódico más leído sólo da noticias deportivas. Donde el jamón se considera parte de la dieta vegetariana. Donde no todo es sol pero el sol lo condiciona todo. Donde se desayuna copa de licor con el café. Donde el chocolate es dulce y espeso. Donde el vello corporal en axilas y piernas es tabú para las mujeres. Donde todo, o casi todo, se para a cierta hora del día. Donde antes de cenar se procesiona de bar en bar para comer pequeñas raciones. Donde el servicio ferroviario es limpio y eficiente. Donde los conductores urbanos tienen a los peatones en un puño en cada cruce. Donde el robo con estrangulamiento es la modalidad de atraco más frecuente. Donde la vida comienza cuando en el resto de Europa las luces se apagan. Donde por cinco euros sirven una botella de vino en un restaurante. Donde sacan a pasear a Dios con cualquier pretexto. Donde es Europa sin que se sientan europeos. Donde los baños están limpios pero sin papel. Donde hay que tener cuidado con los simpáticos que quieren cháchara. Donde se critica a todo el mundo menos al Rey. Donde el hambre ha marcado su historia. Donde no hay verdadera cocina nacional»

Al existir poca población intermedia y poco contacto mutuo, se recurre, en la gran mayoría de ocasiones, a referencias de intermediarios para conocernos. Ello es, obviamente, una distorsión adicional (Rodao, 2005:01). La imagen de España está en continuo movimiento, pero hay estereotipos que están arraigados desde hace mucho tiempo. La duda que surge es si hay que adaptarse a la imagen ya adoptada o hay que intentar construir una nueva. La imagen de España debe asociarse al cambio, no caer en la tentación de vender la copia de otra imagen (Quijano, 2003:16).

Los diversos estudios sobre estereotipos nacionales, como el de Noya/ Lamo de Espinosa (1996), demuestran que esas dos facetas de las imágenes de los países son difícilmente coherentes. Aquellos países que ocupan las primeras posiciones en los aspectos instrumentales (Japón, USA, Alemania) ocupan las últimas posiciones en los items expresivos. Pero también viceversa: quienes ocupamos las primeras posiciones en los expresivos (España, Italia, Grecia) ocupan las últimas en los instrumentales. Por supuesto, hay países o regiones que son excepciones a la regla. Pero hay que subrayar

que son escasas: Francia, en Europa, o California, en los EEUU. El referente italiano es muy importante aunque equívoco, no todos los productos con nombre italiano son italianos, algunas marcas españolas se han italianizado para facilitar su penetración en el exterior. Algo similar ha ocurrido con el sector del aceite, en el que, además de la fuerte presencia de empresas italianas en el proceso de comercialización del aceite español, las propias empresas españolas lo hacen con nombres italianos o italianizantes (García, 2003: 17).

Cabe señalar, sin embargo, que desde dentro y fuera de nuestras fronteras, son muchos los que ven en España la *California de Europa*. «España tiene que ser la California de Europa y transformarse en un receptor de científicos y conseguir que los investigadores más competitivos del mundo vengan a España en lugar de marcharse», afirmó el propio Carlos Martínez, Presidente del CSIC (Martínez, 2007).

En este sentido, Noya (2003:24), afirma que frente a otros pueblos, nos destacamos por nuestros los aspectos expresivos y cálidos de la vida (emoción, vitalidad u ocio), frente a los instrumentales o fríos (eficacia, disciplina o trabajo). Es un país bueno para vivir, pero malo para trabajar, aunque no tanto como Italia u otros países latinos.

Sobre la base de más de medio centenar de estudios, mayoritariamente cuantitativos, sobre la imagen de España en el exterior, el *Informe Proyecto Marca España* ha podido identificar dos arquetipos básicos que han predominado históricamente¹⁴¹:

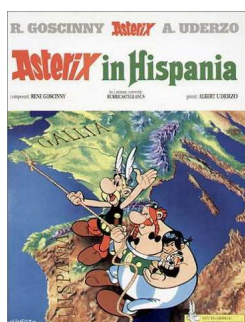
- El primero, el arquetipo que concibe a España como un país europeo, arrogante y altivo, ineficaz y mal gobernado, intolerante y profundamente religioso, arquetipo que será retomado por los ilustrados, arquetipo influido por: la *Leyenda Negra* y la decadencia del *Imperio*.
- El segundo arquetipo, deriva del romanticismo y concibe España como un país exótico y de tradiciones culturales orientales, más premoderno que decadente, constituido por hombres y mujeres auténticos, amantes de la libertad inmediata y sin fronteras, apasionado pero incapaz de comportamientos racionales, fríos y civilizados (*Leyenda Amarilla*).

El primer arquetipo, aunque más negativo, concibe a España como un país similar a los otros europeos. El segundo, más positivo, presenta a España sin embargo

¹⁴¹ *Op Cit. Informe Proyect...* 2003:24

como país no europeo, o muy diferente a los otros europeos. Sin embargo, según el *Informe Proyecto Marca España*, dependiendo del ámbito geográfico de que se trate, la imagen de España no es la misma en Europa, en Latinoamérica, en Asia-Pacífico, en el Mundo Árabe o en Estados Unidos¹⁴².

La cultura española pasa por ser una estereotipada versión de la andaluza, adobada con los rasgos e imágenes acuñadas en el siglo XIX. La fortaleza de estos arquetipos sustenta igualmente la audacia con que desde el exterior se actualiza periódicamente la imagen de la España negra: las cárceles españolas que retienen a los presos de ETA han llegado a ser presentadas en el extranjero como una segunda versión de Guantánamo o Abu Ghraib. España pierde muchas batallas propagandísticas porque no es capaz de fijar una marca moderna que, con todos sus claroscuros responda, simplemente, al retrato actualizado de la sociedad (Barbería, 2006).



En las obras de *Asterix*, por ejemplo, España y los españoles se presentan bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*: tópicos entorno al flamenco, al toreo o al mundo gitano son recurrentes. Pero también son recurrentes al respecto la imagen mostrada de los personajes españoles en nuevas temáticas como la de los videojuegos:

- Vega (conocido como *Balrog* en Japón) es, sin duda alguna, el personaje español más famoso del mundo de los juegos de ciencia ficción. Un torero enmascarado de porte elegante, bello semblante, ágil y letal, dentro del mundo de *Street Fighter*
- Miguel y Brutus, pertenecientes al juego *Human Killing Machine (HKM)*, presenta de nuevo a dos toreros españoles en acción
- Don Flamenco, es un boxeador español del juego *Punch Out*, también, bajo el paraguas del flamenquismo
- Lawrence Blood, es el fiel y letal guardaespaldas español – aunque, con nombre extranjero - de Krauser en la saga *Fatal Fury*, un guardaespaldas de capote, espada, y que grita muy a menudo: «olé»
- Eric Lecarde, es un cazavampiros de ascendencia española, y uno de los representantes de la piel de toro en la saga *Castlevania*
- Carrie Fernández, es una maga que proviene de una familia de españoles a lo largo de su aventura en la *64 bits* de Nintendo.

¹⁴² Op Cit. *Informe Proyect...* 2003:28

- *Zato One*, de la saga *Guilty Gear*, es un asesino tramposo, ávido de riquezas
- *Vamp*, es un vampiro español que aparece en la saga *Metal Gear*
- *Miguel Caballero Rojo* (alias *Miguel el Matador*) es la aportación española a la saga estrella de peleas de *Namco*, *Tekken 6*
- *Luis Sera*, de *Resident Evil 4* vive en un pueblo de un lejano país europeo donde se paga con pesetas
- *Matador*, un torero en *Shin Megami Tensei*
- *J. Costa*, es uno de los personajes seleccionables en el juego *Windjammers* de SNK, de *Neo Geo*
- *Cervantes de León*, personaje mitificado bajo la *Leyenda Negra*
- También bajo la *Leyenda Negra*, se presenta *Ramón Salazar y León*, dos españoles en *Fighter's Destiny* de Nintendo 64
- El *Capitán Balma*, es un pirata español que se gana la vida con el contrabando ilegal y el robo de mercancía en *Tenchu*
- *Panther Caroso*, personaje español de la saga *Star Fox*

El efecto Dan Brown

Dan Brown no es un escritor cualquiera, es el novelista estadounidense autor de los best-sellers «*La Fortaleza Digital*» (1998), «*Ángeles y Demonios*» (2000), «*La Conspiración*» (2001) o «*El Código Da Vinci*» (2003) y por lo tanto, el impacto y alcance de sus obras y de la imagen que en ellas se transmite sobre España es mucho mayor – y en este caso, más nociva- al de otros de sus homólogos.

En *La Fortaleza Digital* (1998), cuyo argumento discurre en las calles de Sevilla, Dan Brown describe España con alusiones como:

- Sobre nuestro sistema de salud.: «La clínica de la *Seguridad Social* era como un siniestro *set* montado para una película de terror de *Hollywood*. El aire olía a orina. Una mujer sangrando. Una pareja joven llorando. Una niña rezando. Becker llegó al final del oscuro vestíbulo. La puerta de su izquierda estaba ligeramente entreabierta y la abrió. Estaba completamente vacío, excepto una anciana marchita, desnuda en un catre, peleándose con su calentacamas [...] Becker moriría. Un pulmón perforado era fatal, quizás no en lugares del mundo más avanzado médicamente pero en España, era fatal» (Brown, 2006:101)
- Sobre las comunicaciones telefónicas: «Becker se metió en la cabina. Antes de que hubiera terminado de marcar el prefijo internacional, le salió una grabación: - Por favor cuelgue e intente su llamada más tarde -. Conseguir una conexión internacional desde España era como una ruleta, todo depende del momento y de la suerte» (Brown, 2006:246).

- Sobre *La Giralda*: «Las escaleras eran empinadas, aquí habían muerto turistas. Esto no era América, no había señalizaciones de seguridad, ni pasamanos, ni avisos sobre pólizas de seguros. Esto era España. Si uno era lo suficientemente estúpido para caerse, era tu propia culpa, independientemente de quién construyó las escaleras» (Brown, 2006:357).

Ante tales comentarios, el *Ayuntamiento de Sevilla* – como respuesta ante la polémica suscitada (Arrieta, 2005) - emitió un comunicado oficial en el que afirmaba (Férriz, 2006) que le gustaría:

«Convertir en oportunidad la promoción de la urbe [...] La elección de Sevilla en *La Fortaleza Digital*, o de París o Londres en el caso del *Código Da Vinci*, responde al conocimiento internacional de estas ciudades, fácilmente localizables en el mapa o en su memoria para cualquier lector [...] las descripciones y valoraciones de las urbes, sus servicios y monumentos, no están en función de la realidad de cada ciudad y país, sino de los requerimientos del argumento y las circunstancias que lo rodean [...] Ningún parisino puede rasgarse las vestiduras por las inexactitudes que con relación a su ciudad se cometen en *El Código da Vinci* [...] Sevilla dará una nueva muestra de su condición de ciudad de la tolerancia y la convivencia en lo relativo a las rotundas inexactitudes que se cometen con relación a su geografía urbana, sus monumentos y sus hospitales»

En boca del forense José Antonio Lorente, director del *Laboratorio de Identificación Genética de la Universidad de Granada* y responsable de la investigación de los restos conservados en la catedral de Sevilla de Cristóbal Colón, ante la polémica levantada, indicó que (Constenla, 2006):

«Cuando Dan Brown afirma que todos los tejidos blandos, incluido el escroto, desaparecen entre tres y cinco años después, ni siquiera Colón, fallecido hace cinco siglos, se debe escapar a esta norma [...] Entra dentro de la licencia creativa del escritor y también en su visión machista de España [...] Es como una novela de Berlanga de los años cincuenta [...] No pasa de ser una anécdota, un escritor tiene libertad absoluta, pero en otras partes se ajusta a la realidad mientras que lo más alejado se refiere a España [...] Me enfadó ver la descripción tan injusta de Sevilla, que parece un Estado tercermundista»

En una línea parecida y sirviendo como antecedente, en 1998, el novelista Tom Clancy, autor de *Equilibrio de poder* (1998), quien describió una España de tópicos y de estereotipos en su obra. Ante la polémica, el propio Clancy, confesó en 2003 a Carlos Fresneda, corresponsal de el diario *El Mundo* en Estados Unidos, que él sólo había

cedido su nombre a la obra, que no la había supervisado y que el verdadero autor de esa novela era Jeff Rovin, quien figuraba en la lista de agradecimientos de la obra (Pérez Miguel, 2003).

Julio Cerviño, profesor de la *Universidad Carlos III de Madrid*, en relación a los estereotipos españoles, afirmaba que¹⁴³:

«El toro tiene aspectos positivos, como nobleza, casta, energía, fuerza, bravura... El logotipo de Merrill Lynch es un toro. Si el mercado de Nueva York está al alza, se define como un bull market. Es decir, poniendo lo negativo en positivo. Los molinos de *La Mancha* de *El Quijote* son una señal de autarquía y subdesarrollo. Los estereotipos no se pueden negar. Hay que darles la vuelta. Unir esos molinos al liderazgo actual de España en molinos de energía eólica»

3.2.3 Estados Unidos y España

Se presenta de interés para esta tesis hablar del papel de Estados Unidos y de España a lo largo de la historia. Por su historia conjunta, por su alianza estratégica y por su influencia mutua.

a) Las complejas relaciones hispano-estadounidenses

Tristán de Luna y Arellano, también conocido como Tristán de Arellano, conquistador español, cruzó el golfo de México y llegó - con 11 barcos y 1. 400 personas procedentes de Veracruz – al actual estado de Florida, creando, el 15 de agosto de 1559, el primer asentamiento europeo en los Estados Unidos de América, que bautizó como Villa de Santa María, sita en la actual Bahía de Pensacola.

Sin embargo, esta hazaña, apenas sí duró dos años, ya que un huracán destruyó la ciudad, desplazó a sus habitantes a la actual Carolina del Sur e hizo que los españoles

¹⁴³ «España, un país en busca de una imagen». Pensilvania: *Knowledge Wharton School*, Universidad de Pensilvania. 04 de abril de 2007

no pisaran de nuevo la ciudad hasta 135 años después, cuando Andrés de Arriola refundara la ciudad en 1698, esta vez, construyendo un fuerte colonial, el *Fuerte San Carlos Panzacola de Austria*, que daría nombre a la ciudad que surgió a sus pies, Pensacola¹⁴⁴.

Cuando las *Trece Colonias* inician su rebelión contra Gran Bretaña y se declararon independientes, los españoles llevaban casi tres siglos recorriendo las praderas, los pantanos y los principales ríos del territorio de los actuales Estados Unidos. Y no se trató de una penetración fugaz. Fue una larga marcha que no se limitó a unos cientos de kilómetros al norte del Río Grande, sino que continuó durante muchos años hasta alcanzar las tierras de los hielos perpetuos en el Ártico. Los españoles fueron los primeros europeos que navegaron el Misisippi, descubrieron el cañón del Colorado, vieron manadas de bisontes, cabalgaron las praderas, fondearon en la bahía de San Francisco, fundaron ciudades, levantaron fuertes o recorrieron las llanuras de Kansas (Martínez Láinez, 2009).

Desde aquellos días, hasta la actualidad, Pensacola se ha ganado el título de la *Ciudad de las cinco banderas*, ya que a lo largo de su historia han ondeado en su ayuntamiento las enseñas de España, Francia, Gran Bretaña, la de los Estados Confederados del Sur (1861-1865) y la propia de los Estados Unidos. Durante la *Guerra de Independencia* de los Estados Unidos, España intervino activamente ayudando a las milicias independentistas coloniales, a través de Bernardo de Gálvez (vizconde de Galvestón y conde de Gálvez) y de forma abierta, a partir de la batalla de Saratoga (1777), mediante armas, suministros y abriendo un frente en el sur de las trece colonias británicas, siendo, precisamente, en Pensacola, donde se libró en 1781 una de las batallas más importantes de la guerra, en la que el bando inglés fue derrotado. Así, el papel de España para con los Estados Unidos, junto con Francia, en la independencia colonial de la metrópoli fue decisiva.

¹⁴⁴ «Los Reyes conmemoran el pasado español de Estados Unidos en Pensacola». Madrid: *Diario ABC*. 20 de febrero de 2009

Cuatrocientos años después de la fundación de la primera ciudad por Tristán de Arellano, el pasado 19 de febrero de 2009, Don Juan Carlos I, en compañía de Barack Obama, presidente de los EEUU, afirmaba¹⁴⁵:

«Aquí, en Pensacola, empezó una etapa nueva, en la que crecería esta gran nación, amiga y aliada de España; por eso, Pensacola tiene uno de los más ricos patrimonios culturales de América del Norte [...] también hoy muchos hombres y mujeres de Estados Unidos y de España dedican sus mejores esfuerzos a reforzar las mutuas relaciones [...] Estamos orgullosos de vuestros antepasados»

Comentarios que inauguraban la nueva etapa que vivían ambos países, debido al acercamiento de sus correspondientes mandatarios: Barack Obama y Rodríguez Zapatero. Sin embargo, las relaciones entre ambos países a lo largo del siglo XIX fueron más negativas que las de sus inicios. Las primeras relaciones entre EEUU, como sujeto internacional y España, como primera metrópoli del *Imperio Colonial Americano*, se fueron intensificando, sobre todo, tras la firma del *Tratado de Adams-Onís* o *Tratado de Transcontinentalidad* de 1819, donde España cedía a los jóvenes Estados Unidos de América, varias de sus posesiones de su *Virreinato de Nueva España*, fijando las fronteras entre ambos países (Zorrilla, 2002: 197).

En los territorios coloniales españoles, el *Virreinato de Nueva España* estaba conformado por los actuales estados de California, Nuevo México, Arizona, Texas, Nevada, Florida, Utah, Colorado, Wyoming, Kansas y Oklahoma y los Territorios de la Luisiana, que había formado parte de Francia, y que estaba formado por los actuales estados de Luisiana, Arkansas, Oklahoma, Kansas, Nebraska, Dakota del Sur, Dakota del Norte, Wyoming, Montana, Idaho, Minnesota y Iowa. A estos estados, hay que añadir el protectorado de Puerto Rico, que pasaría a manos de la unión en 1898. La herencia cultural, artística y lingüística española en Estados Unidos es hoy importantísima ya que en un país de 304 millones de habitantes, 45 millones de sus ciudadanos son hispanohablantes (Muñoz, 2001).

Estados Unidos, junto con Francia e Inglaterra, influyeron decisivamente en la emancipación, descolonización e independencia de los territorios españoles en América.

¹⁴⁵ «Pensacola revive su pasado español con la visita de los Reyes». Madrid: *Diario El Mundo*. 19 de febrero de 2009

La *Doctrina Monroe*, «América para los americanos», elaborada por John Quincy Adams y dirigida contra las potencias europeas con la intención de evitar cualquier ingerencia en el área de influencia de EEUU; el inicio de la prensa sensacionalista estadounidense - de la mano de Hearst y Pulitzer – y española y la inestabilidad social y política de la España de finales del siglo XIX, fueron los detonantes para que se iniciase la Guerra Hispano-Estadounidense (1898), que marcó el fin del imperio colonial español y el inicio del protagonismo de EEUU en la escena internacional. Hearst hizo célebre la frase: «Usted suminístreme las ilustraciones, que yo le suministraré la guerra» dirigida al presidente William McKinley, ante el inicio de la contienda (Nasaw, 2005).

La prensa amarilla de los magnates Hearst y Pullizer se apresuró a denigrar y atacar a los españoles en titulares y editoriales. El general Weyler, al mando de las tropas españolas en Cuba, era conocido como «el lobo» o «el carnicero» y tachado de «devastador de haciendas, destructor de familias y violador de mujeres, despiadado y frío exterminador de hombres. No hay nada capaz de impedir que su cerebro animal se enloquezca en su invención de torturas, infamias y orgías sanguinarias» (Powell, 1972:160).

«La *Guerra Hispano-Norteamericana* acentuó la mala imagen de España como consecuencia de la campaña llevada a cabo para justificar la intervención de EEUU en el conflicto colonial. El año 1898 señala el momento de máxima deformación de la realidad española que coincide con el enfrentamiento bélico entre los dos países» (Sánchez, 1994:60).

Como señalara el sociólogo norteamericano William G. Sumner en *La conquista de los EEUU por España después de la Guerra de 1898*, y como recordó más recientemente Emilio Lamo de Espinosa en 2002, se podía decir que en el fondo, la victoria militar de los EEUU sobre España significaba paradójicamente la victoria espiritual o intelectual de España sobre los EEUU, pues éstos estaban adoptando el papel imperial que reprochaban a España y que sin embargo acabarían encarnando en el siglo XX. «América ganaba la guerra, pero pasaba a ocupar el lugar imperial del vencido, que era así el verdadero vencedor» (Lamo, 2002:111).

Entrados en el siglo XX y durante la *Primera Guerra Mundial*, la relación entre España y los Estados Unidos, prácticamente, carente de vigor desde 1898, se intensificó

de manera significativa, caracterizándose por una creciente dependencia española con respecto a los Estados Unidos, tanto en el campo económico, como en el político-diplomático. La entrada norteamericana en la contienda contribuyó a hacer más palpable esta situación, que se puso claramente de manifiesto durante la entrevista que mantuvieron, en diciembre de 1918, el Jefe del Gobierno español, Conde de Romanones y el Presidente de los Estados Unidos, Woodrow Wilson (Montero, 2004:23-47).

En este contexto, desde Madrid se propiciaron nuevas gestiones, tendentes a asegurar el flujo de intercambios con los Estados Unidos, como da cuenta el telegrama enviado en abril de 1916 por el presidente del *Consejo de Ministros*, Romanones, al Embajador Juan Riaño¹⁴⁶:

«Gobierno desea acrecentar relaciones comerciales con ese país y está dispuesto a realizar cuanto sea necesario a este fin, estimando que las consecuencias de la guerra deben ser aprovechadas y por eso es indispensable en estos momentos realizar cuantas gestiones puedan conducirnos a ello»

A finales de 1915, Panamá y los Estados Unidos solicitaron al *Gobierno de España* el nombramiento de un árbitro que ayudase a redimir ciertas diferencias que los dos países tenían en relación con las tierras sobre las que se construyó el Canal de Panamá, se decidió, desde Madrid, designar para el cargo a un personaje de tendencia claramente antinorteamericana, un marino veterano de la *Guerra del '98* llamado Víctor Concas, con cuyos juicios, casi siempre favorables a los panameños, España quería atraerse las simpatías no sólo de Panamá, sino de los centroamericanos en general¹⁴⁷.

Es en estos años cuando concluye la «*política de gestos*» que comenzó en 1880 para con el continente americano. España tenía el status de líder de la comunidad hispanoamericana extendida a ambas orillas del Atlántico. A través de la exaltación de un pasado glorioso, enraizado en los años de la conquista, los hispanoamericanistas españoles procuraron dar la espalda a una realidad decadente de pérdidas territoriales. A su vez, el hispanoamericanismo constituyó una respuesta ideológica -aunque sin

¹⁴⁶ «Telegrama del Conde de Romanones a Juan Riaño». 8-IV-1916. *Archivo del Ministerio de Asuntos Exteriores*, Correspondencia, Embajadas y Legaciones, H1485

¹⁴⁷ «Sobre el arbitraje en Panamá: AGA». *Asuntos Exteriores*, Caja 8138, y AGP, Alfonso XIII, Carpeta 16.232, Exp. 113

suficientes fundamentos materiales- al triple desafío del latinoamericanismo continental, el iberoamericanismo peninsular y el panamericanismo estadounidense¹⁴⁸.



Alfonso XIII, fue visto por la prensa norteamericana (*Times* o *The New York Times*) como el símbolo de la España que buscaba modernizarse, ayudando de esta forma a disipar esa imagen de crueldad, de retraso y de decadencia del siglo XIX. Cada país tiene sus características en la imagen de España, motivadas principalmente por sus propias ambiciones nacionales y el factor que podía jugar lo español en ello: en Cuba se intentó separar lo español de lo cubano porque la presencia española presentaba un problema de identidad realmente problemático; en México se asumieron todos los extremos de la *Leyenda Negra*, pero después, por razones semejantes, ese «españolismo empezó a ser considerado como una defensa ante el yanki» y en Estados Unidos, hubo el sentimiento claro de que los españoles pertenecían a ese grupo de pueblos en latitudes inferiores, en los que la ética y la formación moral era menor: «Fue una suerte para nuestro país que los españoles desembarcaran primero en el Sur, dejando que la costa atlántica de Norteamérica fuese colonizada por los ingleses» (Sevilla: 1994:155-201).

De esta política de gestos, de la coyuntura española y de la atención que recibía España en la prensa de Estados Unidos, son muestra las portadas de la revista *Time* del 22 de diciembre de 1922, del 5 de enero de 1925, del 23 de julio de 1928 y del 6 de abril de 1931, sobre el Rey Alfonso XIII; del 8 de junio de 1925 sobre el General Primo de Rivera; del 4 de mayo de 1931 sobre el presidente Alcalá Zamora o del 24 de agosto de 1936 sobre el presidente de la *II República*, Manuel Azaña.

En los años de la *II República* española, el contexto ideológico constituyó el marco de las relaciones diplomáticas con Estados Unidos, de una parte, en América, entre hispanoamericanismo y panamericanismo y de otra parte, en Europa, entre el comunismo y el fascismo (Montero, 2001:251-286). Los vínculos con los Estados Unidos sufrieron un retroceso en sus ventas a la España oficial. Éstas quedaron

¹⁴⁸ «Tratados y Convenios celebrados entre España y otros países. Reinado de Don Alfonso XIII. Regencia de S. M. la Reina Viuda, Doña María Cristina, 1886 a 1895». BOME, VIII, 1898:839

reducidas a aceites minerales, productos químicos y comestibles, mientras que se compraban sólo algunos comestibles, corcho y metales. Aunque directa o indirectamente, llegaron a España materiales de guerra, aviones y camiones fabricados en los Estados Unidos, en cantidad de importancia, pero que no constaban en las estadísticas oficiales (Tascón, 2001:1-8).

Las noticias sobre España alcanzaron un nivel más notable con el advenimiento de la *República* y luego con la insurrección revolucionaria de 1934. La *II República* produjo originalmente comentarios favorables, pero empezaron a cambiar con la creciente inestabilidad y violencia. Después de 1934, los noticiarios de cine, en sus breves transmisiones sobre España, terminaban frecuentemente con un punto de interrogación, en el sentido de «¿A dónde va España?» (Payne, 2003:55-167).

La *Guerra Civil Española* provocó una brusca ruptura en las relaciones culturales entre España y Estados Unidos. Durante la segunda guerra mundial, ambos países se convirtieron en rivales en el escenario latinoamericano, si bien la incorporación de Estados Unidos al conflicto fue acompañada por el establecimiento de un aparato de propaganda informativa y cultural en España que iba a perdurar más allá de la conclusión de la guerra. La naturaleza política del régimen franquista impidió, no obstante, que España fuera incluida inicialmente en los circuitos de intercambio cultural, educativo y científico erigidos por Estados Unidos en la postguerra mundial.

Esa incorporación no tuvo lugar hasta que el contexto de la guerra fría puso en valor la posición estratégica española y relegó los prejuicios ideológicos hacia el franquismo. Los primeros acuerdos de índole cultural precedieron, con escasa antelación, a la firma de los pactos bilaterales de 1953, con el objetivo de ir preparando a sectores escogidos de la sociedad española para facilitar la consecución de los objetivos estadounidenses (Delgado, 2003: 35-59).



De esta época, tomamos de la revista *Time* las portadas más relevantes sobre nuestro país, que caracterizaban el papel del General Franco en la vida política de España, así, el dictador es protagonista de las portadas del 6 de septiembre de 1937, del 27 de marzo de 1939, del 19 de octubre de 1943 y del 18 de marzo de 1946. El General Sebastián Pozas fue protagonista el 14 de febrero de 1938 y el *Conde de Barcelona*, el 22 de junio de 1962. El exilio español en EEUU trajo el florecimiento del hispanismo. Como ha señalado Gabriel Jackson, «probablemente la influencia más importante de España en la cultura de EEUU desde la *Guerra Civil* ha sido la de las docenas de profesores exiliados que transformaron el estudio de la literatura española en EEUU» (Jackson, 2001:51).

La política norteamericana hacia el gobierno español durante la guerra mundial pasó por tres etapas. La primera, de 1942 y una parte de 1943, fue la más moderada, sin exigencias aparte de la no entrada de España en la guerra. La segunda, fue una etapa de presión creciente, que llegó a ser muy exigente durante los primeros meses de 1944, forzando una serie de cambios en la política de Franco. La tercera etapa, la de los últimos meses del conflicto, fue meramente una intensificación de la segunda, hasta forzar al gobierno español a entrar más directamente dentro de la órbita de los *Aliados* (Payne, 2003:159).

El largo curso histórico del ingreso de España en la ONU se remonta, a los orígenes de la llamada «*Cuestión española*» (Llonart, 1983:155-167) (Spanish Question), cuando en la *Conferencia de San Francisco* (en vísperas de la *Batalla de Berlín*), el embajador mexicano Luis Quintanilla, presentaba una moción el 19 de junio de 1945, en cuyos términos, la delegación de México, cerraba las puertas - aparentemente- a España en la ONU (Lleonart, 1995) debido a que los representantes de los países comunistas en las *Naciones Unidas*, trataban de profundizar en el aislamiento de España e incluso de que se votaran sanciones económicas en su contra, hecho que también se vivió en 1947. En septiembre de ese mismo año, Polonia, pidió que se refirieran las resoluciones del año anterior y que el Consejo de Seguridad decidiera alguna acción respecto del régimen español, pues no se observaba ningún cambio en el mismo. Otros cinco países latinoamericanos también pidieron la confirmación de las

resoluciones de diciembre, pero no solicitaron la profundización de las sanciones (Raanan, 1995:20-21).

Con la *Resolución Vandenberg* y la firma del *Tratado de Washington*, España, aparecía como una pieza estratégica indispensable del rompecabezas europeo. El 18 de enero de 1950 (Fernández, 1995:121-146), se producía la carta-informe del Secretario General, Dean Acheson, donde se plasmaba la voluntad del *Departamento de Estado Norteamericano*, y sobre todo la del *Pentágono*, a favor de la ampliación del bloque de y la seguridad del área, no importando tanto el régimen, siempre que éste fuese anticomunista¹⁴⁹. El 14 de diciembre de 1955, España formaba oficialmente parte de las *Naciones Unidas*.

Durante todos estos años de la década de los cincuenta y sesenta, el gobierno vendía en todas partes la imagen de una España turística. Muchos han señalado la ironía de una situación en la que un régimen originalmente nacionalista a ultranza recogía una gran parte de los tópicos decimonónicos provenientes del extranjero. Presentaba el más útil y atractivo conjunto de imágenes exóticas para estimular el turismo, y esta campaña probablemente tenía un impacto proporcionalmente mayor en Estados Unidos que en Europa. El turismo europeo se orientaba más hacia el sol y la costa, cosas que se pueden encontrar con igual facilidad en el sur de Estados Unidos, y a más bajo precio para el ciudadano americano. El turismo norteamericano dependía proporcionalmente más de la venta de lo exótico (Payne, 2003:163).

Con la transición española, España se abría al mundo. En boca de Richard Nixon, en su visita a Madrid en 1980 (Hermida, 1980):

«España puede servir de modelo a muchos países por su éxito al conseguir una democracia evolutiva, sin caer en la anarquía. Ya sé que tienen ustedes problemas, pero, así y todo, España puede presentarse ante el mundo como un modelo»

¹⁴⁹ «American Foreign Policy, 1950-55. Basic documents». V. 1. *Department of State*. Washington, 1957: 1690-1695

Durante la transición, España aparecía de nuevo como protagonista de la revista *Time*: el 21 de enero de 1966, con el general Franco; el 3 de noviembre de 1975 con el Rey Don Juan Carlos y el 27 de junio de 1977 con el presidente Adolfo Suárez.

La actitud de los EEUU en relación con las bases militares no siempre mereció el aplauso de sus aliados europeos. En vísperas de su visita a España en 1975, el canciller Helmut Schmidt recordaría al presidente estadounidense Ford que «es evidente que la era de Franco está tocando a su fin; todavía no está claro quien tomará el timón, pero deberíamos estar animando a quienes esperan poder gobernar después de Franco. Eso significa que no debemos relacionarnos solamente con los que o están en el poder en la actualidad». Ford, en plena renegociación del acuerdo sobre las bases militares, añadió que la pérdida de éstas supondría un duro golpe para occidente, A lo que Schmidt replicó que «para que puedan estar ustedes seguros de sus bases y sus vínculos estratégicos con España pasado mañana, también deberían hablar sobre ello con quienes estarán en el poder en el futuro» (Schmidt, 1990:167-168).

Ronald Reagan, expresidente de los EEUU, publicó - póstumamente - en 2007 un libro titulado «*Los Diarios de Reagan*», donde recogía las anotaciones que escribió en sus cinco diarios sobre sus viajes presidenciales, desde 1981 a 1989, que coincidía mayoritariamente con la era González. Para Reagan, Felipe González, era «agudo, brillante, con personalidad, joven, moderado y pragmático socialista [...] Creo que acertamos con lo que él quería. Le reprendí un poco por Centroamérica», escribió tras su primer encuentro en Washington el 21 de junio de 1983. Tras su siguiente encuentro, el 6 de mayo de 1985, Reagan recordaba que «funcionamos bien. Le conté todo sobre Nicaragua. Creo que no se dejará dominar por Ortega Ortega, que le va a visitar después de su visita a Moscú. Cuando acabamos la reunión, ya éramos Felipe y Ron» (Ordóñez, 2007).

Sin embargo, las relaciones entre España y la población de origen latinoamericano residente en los Estados Unidos durante estos años, se caracterizaron, en general, por el desconocimiento y la falta de interés mutuo. Puede decirse, que a pesar de sus vínculos históricos y lo dilatado de su presencia (1513-1822) en una extensa franja de la actual geografía estadounidense, España ha olvidado esa parte de su historia y ha hecho caso omiso de la cada vez más cuantiosa población que remite sus

raíces al orbe hispanohablante. Las secuelas de la colonización, la extensión e influjo de la *Leyenda Negra*, el modo en que se consuma el repliegue final de ese hemisferio tras la derrota en Cuba, Puerto Rico, que sellan el ocaso del imperio español, marginaban la imagen de España y contribuían a su aislamiento internacional (Criado, 2005).

En cuanto a la evolución de esta relación, pueden distinguirse, a grosso modo, dos fases diferenciadas, ambas bastante recientes y circunscritas, una y otra, a ciertos ámbitos. La primera coincide con la campaña de promoción internacional que precede a la celebración del *V Centenario del Descubrimiento de América* (1992). Se trata de una aproximación coyuntural en la que prevalece el componente individual, voluntarista, aunque cuente con cierto amparo institucional, y se refleja, básicamente, en una serie de encuentros, publicaciones e intercambios académicos. En la segunda, a partir de ésta y sobre todo, tras la victoria de José María Aznar en 1996, dominaba la perspectiva estratégica a la vez que adquiría una dimensión más institucional¹⁵⁰.

El acercamiento a los hispanos durante la primera fase, se desarrolla de mediados de los 80 y a inicios de los 90 y va a estar auspiciado por el *Instituto de Cooperación Iberoamericana (ICI)* con la colaboración de una serie de funcionarios relacionados con el área de *Cultura Hispánica*. Entre ellos, Juan Olivas, Director de la *Casa de España* en Nueva York, Carlos Fernández-Shaw, historiador y diplomático y Ramón Vela, funcionario del *Departamento de Relaciones con los EEUU* en el *Ministerio de Asuntos Exteriores* y Director de las *Becas Fulbright*. Entre los representantes de la vertiente académica, se encontrarán el antropólogo Tomás Calvo Buezas; el sociólogo Alberto Moncada; María Jesús Buxó; Ernesto Barnach-Calbó y Jose A. Gurpegui. Entre los historiadores e hispanistas, la figura más representativa fue el diplomático Carlos Fernández-Shaw.

Frente a esta etapa, en la que predomina la dimensión cultural e histórica, el componente empático y la implicación personal, el impulso central procede a mediados de los '90 de los beneficios colaterales que, a escala política, económica o cultural, pueden derivarse de la presencia de la población hispana y su evolución en el contexto estadounidense. Es un momento en el que España se halla inmersa en un proceso de

¹⁵⁰ «Los más pobres en el país más rico. Clase, raza y etnia en el movimiento campesino chicano». Madrid: *Ediciones Encuentro*, 1981

expansión e internacionalización de su economía y preocupa su exigua presencia en los Estados Unidos, poco acorde a su realidad objetiva, y la seguridad y evolución de las inversiones efectuadas en América Latina. De ahí el interés por impulsar las relaciones entre ambos países y mejorar el conocimiento mutuo y las imágenes respectivas, un proceso en el que toma un papel activo la sociedad civil y en el que participaba Estados Unidos (Criado, 2005).

Con la participación de España en la *Guerra de Iraq*, en boca de José María Aznar, cuando «en el mundo ocurre algo importante, España ya no está sentada en un rincón. No queremos ver a España sentada en el rincón de la historia, en el rincón de los países que no cuentan, que no sirven» (Cruz, 2006). Idea que la portavoz del gobierno socialista - en la época de Rodríguez Zapatero -, utilizó irónicamente al afirmar que (Sanz, 2008):

«Fuimos relegados por la historia pero hoy, afortunadamente, ese tiempo quedó atrás. Hemos salido definitivamente del rincón de la historia para participar, desde la legalidad y con la legitimidad internacional [...] Zapatero nunca pondrá los pies encima de ninguna mesa. No va con su forma de ser [...] se han reconocido los 30 últimos años de España [...] nos comprometemos a seguir demostrando a la comunidad internacional que merecemos mucho la pena, para aportar y trabajar juntos»

Precisamente, en éstas fechas (2003), se debatía en Washington D. C. la posibilidad de conceder a José María Aznar - por su apoyo «incondicional en la lucha contra el terrorismo» - la *Medalla de Oro del Congreso de Estados Unidos*, distinción que, junto con la *Medalla Presidencial de la Libertad*, es el premio civil más alto de los Estados Unidos, condecorándose a las personas que realizan una destacada obra o acto en servicio de la seguridad, la prosperidad y el interés nacional de los Estados Unidos.

La propuesta del *Congreso* (Del Pino, 2003), formulaba que «Aznar ha reconocido la amenaza del terrorismo para la seguridad del mundo y ha proporcionado de manera permanente su apoyo a la lucha contra el terrorismo en todo el mundo [...] El coraje que el presidente Aznar ha mostrado durante el proceso de desarme de Iraq ha

sido notable. Ha reconocido que el terrorismo no es sólo una amenaza para Estados Unidos sino para todo el mundo»¹⁵¹.

La polémica saltó en la escena política española en 2004, cuando la *Cadena SER* desveló que «el gobierno de José María Aznar contrató por dos millones de dólares a una conocida empresa de abogados de Washington para promover la imagen del expresidente del gobierno español en EEUU y para lograr las firmas necesarias que requiere la concesión de la *Medalla de Oro del Congreso*»¹⁵². Según rezaba la noticia, el contrato, firmado en secreto tres meses antes de las elecciones, se financió con fondos del *Ministerio de Asuntos Exteriores* a través de un cauce extraordinario que garantizaba la confidencialidad, desviados a través de la *Secretaría de Estado para Asuntos Exteriores e Iberoamérica*. El objetivo de dicho contrato (Del Castillo, 2009) era el de «asistir al gobierno de España en diplomacia pública y comunicación estratégica para reforzar las relaciones con la Casa Blanca».

En una entrevista concedida a la radio mexicana *W Radio*, José María Aznar afirmó que «la iniciativa de la medalla del congreso al presidente fue bipartidista, partió de congresistas y no tuvo nada que ver ni el gobierno ni la embajada. Es una iniciativa de congresistas republicanos y demócratas que, conjuntamente, promueven la idea de la medalla del congreso para el presidente Aznar a primeros de mayo del año pasado, esto es, mucho antes del contrato»¹⁵³.

Finalmente, ante la negativa de gran parte de los congresistas demócratas a conceder a Aznar la medalla del congreso dejó en papel mojado el esfuerzo la propuesta. El propio expresidente declaró con ironía que se conformaba con ser el primer español en «conseguir la mitad de la medalla de oro del congreso de EEUU» (Castillo, 2009).

¹⁵¹ «El Congreso de EEUU otorgará a Aznar la medalla de oro por su apoyo contra el terrorismo». Madrid: *Diario El Mundo*. 21 de mayo de 2003

¹⁵² «Aznar pagó con dinero público a un "lobby" de Washington para conseguir la medalla del Congreso de EEUU». Madrid: *Cadena SER*. 22 de julio de 2004

¹⁵³ «Aznar 'desprecia' la información sobre su medalla en EEUU pese a que Palacio confirma el pago». Madrid: *Diario El Mundo*. 23 de julio de 2004

Sin embargo, José María Aznar sí pudo dar un discurso ante el congreso de EEUU del 03 de febrero de 2004, en su última visita a oficial a Estados Unidos como presidente del gobierno, afirmó - en una visión proatlántica - que¹⁵⁴:

«Somos una de las grandes naciones de Europa, miembros activos de la Unión Europea. Somos una Nación de 43 millones de habitantes, dinámica, abierta y emprendedora. Una sociedad que ha conocido la emigración y que ahora recibe inmigrantes de todo el mundo [...] Somos la octava economía del mundo [...] La relación atlántica nos fortalece a europeos y estadounidenses. Hace del mundo un lugar más seguro y más libre. España, que trabaja intensamente en el proceso de unión europea, entiende que ese proceso sólo debe avanzar manteniendo y mejorando la relación atlántica. El vínculo atlántico está en el origen de la construcción europea. Forma parte de su desarrollo y tiene que estar presente en su futuro»

La participación de José María Aznar en la *Cumbre de las Azores* implicaba sacar todo el jugo estratégico a una relación privilegiada. Por el contrario, la política exterior de José Luis Rodríguez Zapatero – en relación a los EEUU - se inauguró con la retirada de las tropas de Iraq, gesto que dio paso a una legislatura de desencuentros con la administración Bush (Ezquerro, 2009) que concluyó tras la victoria del demócrata, Barack Obama, en 2009.

En 2003, la oposición socialista a la intervención en la *Guerra de Iraq* se materializó en la decisión de su candidato a la presidencia del gobierno – Rodríguez Zapatero - de no levantarse en el *Desfile de la Hispanidad* del 12 de octubre de Madrid cuando el megáfono indicó que «son los países que colaboran con España en tierras iraquíes» (Segovia, 2003). Este hecho, se entendió como una ofensa a la bandera de EEUU. En 2006, Rodríguez Zapatero y la tribuna de políticos, se ponían de nuevo en pie ante la bandera de EEUU en el desfile de la *Hispanidad* de ese año, después de dos años de ausencia¹⁵⁵

Durante la precampaña de las elecciones generales de 2004 en España y antes de que se produjeran los acontecimientos del 11M en Madrid, el candidato socialista a la presidencia del gobierno, Rodríguez Zapatero pidió – en referencia a la *Guerra de Iraq* – que en el 14M – día de las elecciones - se eligiera entre la *guerra preventiva* o la

¹⁵⁴ Discurso de José María Aznar ante el Congreso de EEUU, 03 de febrero de 2004

¹⁵⁵ «Zapatero y la tribuna de políticos, en pie ante la bandera de EEUU en el desfile de la Hispanidad». Madrid: *Diario El Mundo*. 13 de octubre de 2006

seguridad democrática. En una postura contraria a la intervención de España en Iraq y apoyando al candidato demócrata a la candidatura a presidente de EEUU, afirmó que «si me lo permitís, hasta el propio John Kerry nos puede ayudar decisivamente para sustituir la guerra preventiva por un sistema de seguridad democrática global si gana las elecciones en Estados Unidos. «¡Kerry, hazlo bien... te necesitamos!», acentuando la separación con Geroge W. Bush (Sánchez, 2004).

Con la llegada de Rodríguez Zapatero al Gobierno de España en marzo de 2004, y su postura de retirar las tropas españolas de Iraq, el Presidente de la *Cámara de Representantes de EE.UU.*, el republicano Dennis Hastert, sostuvo que España «se rindió ante las amenazas terroristas y votó para mantenerlos contentos, derrotando a un importante aliado de Estados Unidos en la guerra al terrorismo». Desde otro punto de vista, el Subsecretario de Estado, Richard L. Armitage, criticó el manejo dado por el Gobierno de José María Aznar a los ataques terroristas, «por ocultar o manipular la información que se dio al público y sugerir que era la ETA la responsable [...] Pienso que el voto que propulsó a los socialistas al poder en España fue una protesta del pueblo contra el manejo del acto terrorista»¹⁵⁶. Dos puntos de vista públicos que inferían la imagen de España tras los atentados. Para Kerry – a quién Rodríguez Zapatero había dado su apoyo-, «el nuevo primer ministro de España no debería haber decidido una retirada de Iraq. Debería haber dicho que lo ocurrido incrementa nuestra determinación de acabar esta misión» (Rodríguez, 2004).

En 2004, Aznar viajó a Washington para impartir una lección en la *Universidad de Georgetown*. En dicho viaje, aprovechó para ver a Bush en la *Casa Blanca*, hecho que causó cierta polémica, puesto que Bush veía a Aznar antes de devolver la llamada a Rodríguez Zapatero que aún tenía pendiente. Según el PP, «habría sido ridículo que Aznar declinara visitar la *Casa Blanca* por el hecho de que el presidente Bush no quiera hablar con el presidente del Gobierno. Ese es un problema en que nos ha metido a todos Zapatero y que existe de igual forma tanto si Aznar va como si deja de ir la Casa Blanca». José María Aznar, había publicado unos días antes, en un diario estadounidense, un artículo titulado «*El triunfo de la esperanza*», en el que plasmaba su visión sobre el resultado de las últimas elecciones en EEUU y en el que Aznar afirmaba

¹⁵⁶ *Polémica por el apoyo de Zapatero al candidato demócrata John Kerry en los EEUU*. Madrid: Noticias Dot.Com. 19 de marzo de 2004

que «algunos dirigentes occidentales tendrán con Bush las cosas más difíciles debido a sus gestos de antiamericanismo primario y su hostilidad sin motivo», en clara referencia a la España de Rodríguez Zapatero (Segovia, 2004).

La retirada de las tropas de Iraq, fue el mayor desencuentro entre Bush y Rodríguez Zapatero. «España y todo el mundo tienen el interés de reconstruir Iraq y de no permitir que se convierta en un santuario de terroristas y en un estado fallido. Tenía esperanzas de que el primer ministro español reconsiderara su postura», afirmó el mandatario estadounidense. «El presidente le expresó a Zapatero su malestar por la abrupta decisión de retirar las tropas españolas de Irak», dijo el portavoz de la Casa Blanca, Scott McClellan. «El presidente insistió en la importancia de sopesar cuidadosamente las acciones en un futuro para evitar dar falsas esperanzas a los terroristas y a los enemigos de la libertad en Iraq» (Fresneda, 2004).

Sin embargo, como en lo ocurrido en Pensacola, los Reyes de España fueron, tras la victoria de Rodríguez Zapatero y el desencuentro con Bush, los embajadores de España a la hora de mejorar las relaciones bilaterales. Así, en noviembre de 2004, la familia de Bush padre y de Bush hijo, recibían a los Reyes de España en su racho de Texas, donde George W. Bush afirmó que: «España es un gran país [...] un importante aliado [...] y un buen amigo». Célebre en este encuentro fue la escueta y muy directa pregunta que el Rey Juan Carlos espetó al presidente de EEUU al inicio de la cena de bienvenida: «¿Qué te pasa con mi país?», ante la que Bush padre le indicó a Bush hijo: «¡Te lo dije, es muy directo!». Sin embargo, desde la *Casa Real*, se afirmó que «el Rey no es el correo del Zar» y que la función del Rey, en todo caso, consiste en escuchar y luego informar al Gobierno (Fresneda, 2004).

En 2008, de igual modo, Rodríguez Zapatero, tras intensificar los contactos diplomáticos en China en busca de apoyos para su ansiada participación en la *Cumbre del G20 en Washington*, pidió a Juan Carlos I que intercediera ante Bush para lograr un asiento en la cumbre (Lobo, 2008):

«Es absurdo e infantil pensar que el presidente de Estados Unidos se ha inclinado por el formato del G-20 sólo para impedir que España esté en la cumbre [...] Pero también es cierto que, nos guste o no, España no pertenece ni al G-8 ni al G-20, así que la única solución es

continuar con las gestiones diplomáticas a todos los niveles para que Estados Unidos acepte un formato menos rígido en el que pueda estar España, bien como miembro de pleno derecho o al menos como país invitado»

Tras la victoria de Barack Obama, en 2009, la relación entre ambas potencias cambió. En un discurso - en una planta de montaje de componentes para generadores eólicos - en Ohio, Obama afirmó que las «nuevas fuentes de energía limpias» son una prioridad, «lo que está sucediendo en países como España, Alemania y Japón» es un ejemplo a seguir¹⁵⁷:

«Están haciendo inversiones de verdad en energías renovables. Se están situando por encima de nosotros, preparados para convertirse en líderes en estos nuevos sectores [...] porque sus gobiernos han encaminado el trabajo duro y el ingenio de su gente con inversiones valientes, inversiones que están devolviendo a cambio empleos de calidad, con buenos sueldos, empleos que no van a ir a parar a otros países»

Apenas unos meses después, Barack Obama volvía a elogiar a España. «Mi propuesta de tren de alta velocidad llevará a innovaciones que cambiarán el modo en que viajamos en América», afirmó, citando los sistemas de alta velocidad de Japón, Francia, China y España y añadió: «una línea del AVE entre Madrid y Sevilla tiene tanto éxito que el número de personas que viajan en tren supera a los que lo hacen en coche y avión por combinado»¹⁵⁸.

Las relaciones entre Estados Unidos y España se personificaban en la *Cumbre de Praga* del 5 de abril de 2009 entre Estados Unidos y la Unión Europea, donde el presidente estadounidense afirmó que: «He disfrutado trabajando con él (Zapatero) estos días. Es alguien que entiende bien no solo la extraordinaria influencia de España en el mundo sino que también se toma su responsabilidad con mucha seriedad. Espero que la relación que ya es sólida lo sea todavía más y ahora vamos a cooperar en más áreas. Estoy contento de poder llamarle amigo mío», ante lo que Rodríguez Zapatero sumó que «para España, es éste un nuevo tiempo en las relaciones entre España y Estados Unidos. El propósito de mi gobierno, porque es el deseo de mi país, es colaborar con el

¹⁵⁷ «Obama cita a España como ejemplo de inversión en energías renovables». Madrid: *Diario El Mundo*. 18 de enero de 2009

¹⁵⁸ «Obama quiere una red de alta velocidad en EE UU como la de España». Madrid: *Diario El País*. 16 de abril de 2009

presidente Obama por un orden mundial de paz, un orden mundial más justo, en la lucha contra la pobreza y para abrir un tiempo mejor para las nuevas generaciones» (González, 2009), tal como el Rey Juan Carlos I había expresado en el cuarto centenario de la fundación de Pensacola, el 19 de febrero de ese mismo año¹⁵⁹.

La imagen de España y el *Lobby Hispano*

Como para tantos otros ciudadanos del mundo, España es para la clase política norteamericana un territorio vagamente simpático y extravagante de fiesta y siesta, quijotes, toros y flamenco, un país soleado de rojo pasión que con la democracia trata de sobreponerse a una larga historia de decadencia, de retraso económico y de la tragedia de su propia *Guerra Civil* (Manuel, 2006).

«La imagen norteamericana de España fue creada por una elite social e intelectual protestante radicada en Boston y Nueva York en la primera mitad del siglo XIX». Washington Irving, Henry Wadsworth Longfellow y George Ticknor o William Prescott. Richard Kagan han definido recientemente lo que llama «el paradigma Prescott», que vendría a decir que la imagen de España en Estados Unidos representaba todo lo opuesto de la república estadounidense: «América fue el futuro - republicana, emprendedora, racional; mientras España - monárquica, indolente, fanática - representó el pasado» (Kagan, 2002: 09-10).

Jonathan Brown, hispanista estadounidense, afirmaba que «desde hace mucho tiempo soy un enemigo declarado de los toros o el flamenco. No por sus rasgos intrínsecos, sino porque reducen la rica historia y cultura de España al nivel del folklore exótico». La CNN retransmite imágenes de los sanfermines todos los años. Y si hay algo que no quieren perderse los turistas estadounidenses que visitan España, les gusten o no los toros, es un espectáculo en un «tablao» flamenco en Madrid o Granada (Noya, 2008).

Entrados en el siglo XXI, la imagen de España en Estados Unidos es positiva pero bastante difuminada. España no puede ser definida al nivel popular de los restaurantes, por ejemplo, como en los casos de Francia e Italia, y lo español

¹⁵⁹ *Op Cit. Pensacola...* 2009

normalmente se confunde con lo *hispano* (en contraposición a lo *WASP*¹⁶⁰). Sigue habiendo personas que creen que España se encuentra en alguna parte de Sudamérica, y se halla muy extendida la noción de que los españoles comen, como algo típico, platos picantes mexicanos, un estilo de comida que actualmente está muy de moda en Estados Unidos. En cambio, tópicos como el de la *Inquisición* han perdido vigencia relativa, y sólo son esgrimidos en términos puramente abstractos, como meros símbolos históricos. Cuando España ha tenido una imagen clara y definida en Estados Unidos, normalmente ha sido por razones o muy negativas o distorsionadas. Estas imágenes no han sido reemplazadas por otras igualmente dramáticas (Payne, 2003:167).

Para Gildo Seisdedos, experto en márketing de ciudades del *Instituto de Empresa*, para el mercado estadounidense de hoy, español es sinónimo de hispano. «Al compartir el mismo idioma, confunden lo español con lo hispano». Julio Cerviño, profesor de la *Universidad Carlos III de Madrid*, afirma en este sentido que¹⁶¹:

«Son mercados que tienen un conocimiento más lejano, a partir de estereotipos creados a lo largo del tiempo y que no tienen una experiencia cercana. Por eso, sería clave desarrollar la imagen global de España [...] Existe una desconexión entre la realidad de España y su imagen, repercutiendo negativamente en la imagen exterior de estadounidenses y de muchos países del sudeste asiático [...] Desarrollar correctamente la marca España en Estados Unidos sería clave para la competitividad e imagen de España [...] hay que desarrollar políticas coordinadas de todas las administraciones públicas, tanto estatales como autonómicas, y con planes que estén sustentados por unos presupuestos realistas [...] España es un país que necesita muchos recursos en promoción, pero que merece la pena»

La presencia empresarial de España en EEUU es pequeña y menor a la de Estados Unidos en España, aunque las empresas españolas están cada vez más presentes en sectores de servicios de cierta visibilidad, como las infraestructuras y la energía. En cambio, nuestra presencia en gran consumo, aunque creciente, es todavía inferior a la de los productos italianos y franceses. Lo mismo puede decirse del textil. Sólo el 5% de las exportaciones españolas tienen por destino EEUU. En consecuencia, ocupamos el puesto 32º en el ranking de los países exportadores a EEUU. Apenas encontramos

¹⁶⁰ W.A.S.P. es una banda de Heavy Metal, Hard Rock y Glam Metal de Los Ángeles, cuyo acrónimo significa *White, Anglo-Saxon and Protestant*, nombre que también se utiliza para denominar a los estadounidenses blancos, anglosajones y protestantes, en contraposición al resto de etnias de EE.UU.

¹⁶¹ «España, un país en busca de una imagen». Pensilvania: Knowledge Wharton School, Universidad de Pensilvania. 04 de abril de 2007

empresas españolas con una presencia significativa (*Lladró, Freixenet*, etc.). Este «problema de oferta» en el gran consumo es de suma importancia, puesto que los estadounidenses no pueden asociar una marca española con nuestro país en la misma medida en que los españoles asociamos *Coca-Cola* o *Nike* con el estilo de vida de EEUU. El perfil de España en EEUU es «bajo», dado que no tenemos la notoriedad o visibilidad de Francia o Alemania (Chislett, 2005:48).

Por su parte, no hay una comunidad española en EEUU, en términos demográficos. Actualmente, hay unos 100.000 españoles registrados en los consulados estadounidenses. En comparación con otros países, como Italia e Irlanda, España no tiene colonias de emigrantes en EEUU que puedan hacer llegar al ciudadano medio una experiencia directa de las costumbres o la cultura española –y desde el punto de vista estratégico, influir a favor de nuestros intereses–. Es decir, los españoles no conforman comunidades amplias y consolidadas al no existir un flujo constante en el tiempo (Chislett, 2005).

En cambio, con el auge de la música latina, España tiene cada vez más presencia en los Estados Unidos, especialmente desde el año 2000, cuando nacieron los *Grammies Latinos*. Además, cada vez es más frecuente que solistas o grupos españoles incluyan EEUU en sus giras americanas¹⁶².

Sin embargo, para los estadounidenses, sigue siendo válido el «*Spain is different*», algo que en la *Vieja Europa* ya no es tanto así y, que desde luego en la *Nueva Europa*, la de los países del Este, no lo es de ninguna manera, ya que somos un país modélico y representativo de Europa, como sucede, por otra parte en América Latina. En un artículo reciente, Carlt Vitthum, periodista norteamericana residente en nuestro país, volvía sobre el tópico de la excepcionalidad española. En el lado positivo, la periodista subraya el dinamismo de la sociedad española, pero al mismo tiempo, los españoles son más sociables y apegados a sus tradiciones. Además, o no duermen de noche, o duermen la siesta al medio día. El resultado es un estilo de vida que causa las «tribulaciones de una americana que quiere trabajar» (Noya, 2008:05).

¹⁶² «Shakira brilla en los Grammy Latino». Madrid: *Diario El Mundo*. 03 de noviembre de 2006

En cualquier caso, la *España Negra* y la *España Rosa*, la de la *Inquisición* y la del *Quijote*, «conviven en el imaginario norteamericano cuando piensan en España. La España del mal, del pasado y de la intolerancia, y la España seductora, mágica y no abierta al futuro [...] Ambas ideas se oponen entre sí y se complementan. Pero, sobre todo, ambas se alternan como preponderantes dependiendo del contexto histórico» (Abad, 2006:67).

La imagen más positiva de nuestro país se genera a través de las noticias con contenido económico, especialmente cuando se habla de las empresas y los empresarios españoles. Su éxito empresarial, su dinamismo y su espíritu emprendedor proporcionan una imagen positiva de España como un país moderno y dinámico, que ha sido capaz de salir de una situación de atraso generalizada en muy poco tiempo, con fuerte crecimiento económico por encima de sus vecinos europeos. Sin embargo, cuando se trata del mercado inmobiliario, la imagen es más negativa, pero esta circunstancia no es particular de España, por lo que podemos afirmar que la imagen de nuestro país sea más negativa en este sentido que la de otras economías europeas (Noya, 2008:36).

La evolución de la imagen de España ha sido positiva en los últimos años especialmente porque se ha normalizado para situarnos al nivel de otros países europeos. En este sentido España es ahora menos «diferente» de otros países occidentales que hace diez años. Un buen indicador es que el porcentaje de estadounidenses/as dispuestos a contraer matrimonio con un español ha aumentado significativamente. Aunque se mantienen los estereotipos de la fiesta, los toros, etc., nuevos iconos empiezan a asomar la cabeza, especialmente entre los estadounidenses más jóvenes y con mayores niveles de estudios (Noya, 2008:148).

La valoración de España en los veintiún países en los que se lleva a cabo el estudio del *Reputation Institute*¹⁶³ indican que la visión de nuestro país en EEUU no es ni la más positiva, ni la más negativa, de todas las que se dan en el mundo. Desde una perspectiva internacional, los países que mejor nos valoran a España son los de Europa del Este, como Polonia y Rusia, y de la Europa Mediterránea (Italia y Grecia), y los que

¹⁶³ El *Foro de Reputación Corporativa* (fRC) es un lugar de encuentro, análisis y divulgación de tendencias, herramientas y modelos de gestión de reputación corporativa. Surge desde el convencimiento de las empresas que lo conforman acerca del impacto que tiene la reputación como elemento generador de valor para las compañías, para sus grupos de interés y, en definitiva, para la sociedad.

en términos comparativos peor nos valoran –aunque siempre con puntuaciones altas– son los asiáticos (chinos, japoneses e indios) y algunos latinoamericanos (los mexicanos) (Noya, 2008:39).

El libro de Huntington *Who Are We?* (2004), sobre la amenaza que suponían los inmigrantes latinoamericanos para la identidad y la cultura estadounidense, expresaba la incomodidad con la nueva minoría mayoritaria. «La inmigración mexicana está llevando a la *Reconquista* de las áreas americanas que se le arrebataron a México por la fuerza en las décadas de los años 30 y 40 del siglo XIX» (Huntington, 2004: 221).

Los resultados de la encuesta del *Real Instituto Elcano* (RIE) de Estudios Estratégicos de 2008, se aproxima bastante a los de la que la *National Survey of Latinos*, del *Pew Hispanic Center/ Kaiser Family Foundation*, con una muestra muy superior, de 3000 entrevistados. Esta encuesta corrobora la preferencia de los latino-estadounidenses por la etiqueta «hispanos» en detrimento de «latinos». Los resultados del estudio del RIE, afirman que «la mayoría de los hispanos (63%) no expresa una preferencia clara en cuanto a la denominación como hispanos o latinos, pero es más frecuente la inclinación por el primero (27%) que por el segundo (9%)». Como conclusión, los hispanos se sienten muy orgullosos del idioma (79%) y de sus orígenes españoles (81%), pero no tanto del papel de España en la historia moderna (35%) (Noya, 2008:123).

España en el cine de Hollywood

Al igual que en Europa, la conquista del mercado español por parte de Hollywood se consumó durante la *Gran Guerra*. A ello colaboraron tanto los problemas de industrias y empresas europeas, como una serie de cambios sociológicos que incluyeron desde la definitiva transformación del cine en pasatiempo cotidiano, hasta la superación de buena parte de los prejuicios de clase que habían limitado su aceptación entre varios grupos sociales. En la España de entonces, los artículos de prensa prestaban especial atención a la vida de estrellas como Douglas Fairbanks, Buster Keaton o Charles Chaplin, favoreciendo - a su vez - el desembarco de las agencias de noticias norteamericanas en el mercado informativo español y al nacimiento de múltiples

revistas especializadas de las que *Arte y Cinematografía* (1910/1936) y *El Cine* (1912/1920), fueron las más emblemáticas (Montero, 1996: 121-136).

Las relaciones económicas entre España y Estados Unidos en el período de entreguerras no fueron especialmente fluidas. El primer acontecimiento que mereció una atención especial de los servicios consulares fue el *Congreso Español de Cinematografía*, celebrado en Madrid en octubre de 1928. Promovido y financiado por sectores nacionalistas agrupados bajo la *Unión Artística Cinematográfica Española*, su gran objetivo era servir de impulso a una política de fomento de la producción de películas nacionales que incluyese la reducción de las importaciones de cintas extranjeras y estuviese pilotada por el Estado. La inspiración procedía claramente de la Italia fascista. El 26 de febrero de 1929 el *Ministerio de Economía Nacional* decretó la formación de un consejo asesor que, en el plazo de un mes, debería informar al gobierno acerca de las medidas más adecuadas para potenciar la creación de una industria nacional de producción de películas.¹⁶⁴

El primer intento visible de impulsar medidas proteccionistas españolas durante la *Segunda República* se dio durante la celebración del *Congreso Hispano Americano de Cinematografía* en otoño de 1931. Proyectado durante la dictadura de Primo de Rivera por los mismos grupos que habían impulsado el congreso de 1928 y la *Real Orden de 1929*, el evento se había planteado con dos retos: formar un frente común de las naciones iberoamericanas para frenar la proyección internacional de películas consideradas ofensivas por algunos de esos países y propiciar el nacimiento de una industria del cine en castellano que reemplazase al cine norteamericano en las pantallas¹⁶⁵.

¹⁶⁴ Extracto de una carta de North a Canty, Washington D.C., 28/IV/1927. NA, RG 151, GR 1914-58, Motion Picture, Spain, Caja 1313. La organización y celebración del congreso dio lugar a varios informes que coincidían en el tono de la cita aportada. El desdén que transmitían contrastó con el tono victimista adoptado por la prensa norteamericana: «Spanish Organize Against Our Films», *The New York Times*, 20/III/1928.

¹⁶⁵ El gobierno español prestó bastante atención al trato del castellano realizado en las versiones multilingües, como demuestra el viaje del embajador español a Hollywood en 1930 o la protesta al respecto formulada un año después junto a 16 países latinoamericanos ante los principales estudios: «Spanish Films Lure Envoy», *Los Angeles Times*, 8/VII/1930; o «La Pureza del español en el cine Sonoro». *Revista de las Españas*, n. 53-54 (enero/febrero 1931), pp. 98-99.

Aunque el congreso no consiguió promover ningún tipo de medida concreta¹⁰⁹, sí inspiró la creación de dos de las productoras más emblemáticas del cine español del período republicano y del primer franquismo: *Cinematográfica Española Americana* (CEA), en 1932 y *Compañía Industrial Film Español S. A.* (CIFESA), en 1933.

Aún así, durante 1932 se exhibieron un total de 340 filmes extranjeros en España. De ellos, 213 fueron de procedencia norteamericana. Un año después, la cifra de películas norteamericanas exhibidas ascendió a 314 frente a 226 de otras nacionalidades. En 1934 fueron 250 las películas norteamericanas exhibidas, y en 1935, 225 por 181 europeas. Es decir, entre 1932 y 1935 se exhibieron en España más de un millar de títulos procedentes de *Hollywood*. Según los servicios consulares norteamericanos, la cuota de pantalla para el cine de su país osciló en torno al 80-85%, mientras que el rédito medio obtenido osciló en torno a 1 millón de dólares anuales, un 2% de los beneficios mundiales acumulados por la industria¹⁶⁶.

Ya en esta época, los gobiernos republicanos realizaron una vigilancia activa para detectar «películas ofensivas» para el régimen y para la imagen de España, especialmente durante el bienio radical-cedista. Películas como *I am a Fugitive of a Chaing Gang* (1932), *Grand Canary* (1934) o *Hi Gaucho* (1935) provocaron algunas gestiones diplomáticas y otras, como *The Devil is a Woman* (1935) quejas explícitas del gobierno español.

Desde la década de los '20, Washington comenzó a valorar tímidamente la posibilidad de utilizar el cine como instrumento diplomático en tiempos de paz. En España, la primera oportunidad de emplear el medio con ese objetivo la ofrecieron las dos grandes reuniones internacionales celebradas en el país en 1929: la *Exposición Internacional de Barcelona* y la *Exposición Iberoamericana de Sevilla*.

¹⁶⁶ Datos extraídos de una serie de despachos de la Embajada: NA, RG 151, GR 1914-58, Motion Pictures, Spain, box 1313; RG 151, GR 1914-58, entry 14, Spain, Caja 453; y RG 59, DF, 852.4061. Díez Puertas (El montaje..., op.cit., p. 66) utiliza los datos de las Estadísticas de Comercio Exterior sobre importación de película impresionada entre 1928 y 1936, para demostrar la hegemonía norteamericana. Sin embargo, según los informes de la embajada americana, esos datos reflejan bastante a la baja el porcentaje real norteamericano, puesto que muchas de las películas americanas que llegaron a España lo hicieron desde Gran Bretaña y, sobre todo, Francia, figurando en la aduana como importación desde esos países.

Tras la *Guerra Civil Española*, el órgano desde el cual la *Falange* debía pilotar la construcción de la nueva industria cinematográfica española fue el *Departamento Nacional de Cinematografía* (DNC), constituido en abril de 1938 en el seno de la *Delegación Nacional de Propaganda del Ministerio del Interior*. Entre los primeros movimientos del nuevo organismo destacaron acuerdos bilaterales con Alemania e Italia, que vinieron a confirmar la relación especial con ambas cinematografías buscada por el primer franquismo.

En este mismo periodo y con la entrada de Estados Unidos en la *II Guerra Mundial*, se redactaron una serie de informes elaborados por los servicios estadounidenses consulares en España, advirtiendo de la necesidad de iniciar algún tipo de operación de imagen destinada a contrarrestar la propaganda germana en España. En uno de esos informes se proponía difundir películas de manera genérica.

La labor de la censura durante los primeros años de la dictadura, fue intensa. Se orientó en dos direcciones: defender las películas italianas y alemanas ante los censores católicos y actuar como agentes de esas potencias a la hora de promover la prohibición de la importación de películas consideradas ofensivas por esos países. La adopción por España de una lista negra de más de setenta títulos, la mayoría de los cuales habían sido producidos por compañías norteamericanas, fue la muestra más fehaciente de esa colaboración. Entre los títulos afectados se encontraban clásicos como *The Four Horsemen of the Apocalypse* (1921) o *The Great Dictator* (1940).

En los Estados Unidos de la época, existía una aversión a la *Iglesia Católica* y a la *Falange*, a la que se unía el recuerdo de los escándalos producidos por las «películas ofensivas» y más recientemente, la simpatía de amplios sectores de Hollywood hacia la España republicana. Por su parte, durante la primera mitad de 1943, *NO-DO* actuó prácticamente como un agente más de la propaganda germana en España, lo que despertó la lógica indignación de los aliados. La caída de Mussolini y el imparable avance soviético en el frente oriental forzaron a Franco a devolver al país a la neutralidad oficial en octubre de 1943.

Alejados de las disputas comerciales y la corrupción generalizada alrededor de la importación y explotación del cine norteamericano, los españoles acudían al cine en

busca de la dosis semanal de entretenimiento y escapismo que Hollywood garantizaba. Esa ha sido al menos una de las teorías aceptadas a la hora de explicar el furor por el cine norteamericano en los años '40 y '50 de la posguerra. Sólo en 1947, las estimaciones cifraban en 700 millones de pesetas anuales los ingresos en taquilla. Entre los éxitos más destacables de este periodo encontramos películas de todo tipo y género, como *Mr Smith Goes to Washington* (1939); *Letter to Three Wives* (1949); *Kiss of Death* (1947); *Joan of Arc* (1948) o *The Three Musketeers* (1948).

Los convenios bilaterales de septiembre de 1953 y sus implicaciones inmediatas acarrearón un replanteamiento de la política informativa estadounidense en España. La presencia permanente de instalaciones y personal militar norteamericano, la inevitable identificación entre la dictadura franquista y Estados Unidos por parte de muchos españoles y la cooperación económica y técnica norteamericana planteaban nuevos retos informativos. La política estadounidense hacia España quedó totalmente subordinada al desarrollo satisfactorio del convenio de mutua defensa de septiembre de 1953. Todos los servicios del gobierno estadounidense presentes en España debían someter su política a ese objetivo.



Siguiendo este acercamiento, en 1958 aparecía la primera película española candidata a un Óscar como *Mejor Película Extranjera* fue *La venganza de Juan A. Bardem*. Poco después (1969), Juan de la Cierva, ganaba el *Premio científico o técnico por la invención del Dynalens*: un estabilizador óptico. Con el fin de la dictadura, se suprime la censura y se permiten las manifestaciones culturales en otras lenguas españolas, además del castellano, fundándose, por ejemplo, el *Institut de Cinema Català*, entre otros. En esta racha, el primer candidato español a los Óscars era Jorge Semprún, por el mejor guión original de *La Guerre est finie* de Alain Resnais (Francia) en 1967, el primer español que conseguía un Óscar por la *Dirección Artística* era Gil Parrondo por *Patton* (USA) en 1970 y el primer español candidato a un Óscar como *Mejor Director* era Pedro Almodóvar por *Hable con ella* en 2003 y también, primer español en conseguir un Óscar al *Mejor Guión Original* por la misma película.

En un principio, triunfan los fenómenos populares del *destape* y el *landismo* en el cine español. En los primeros años de la democracia, se abordan temas polémicos y se revisa la historia nacional reciente en películas que, en algunos casos, tienen una innegable calidad como sucede, por ejemplo, con *Canciones para después de una guerra* (1976) o *El espíritu de la colmena* (1973), otras son dignas recreaciones de los años más grises de la dictadura como ocurre con *Pim, pam, pum, fuego* (1975), donde se describen las dificultades de supervivencia de los perdedores en la España más puramente franquista; o particulares visiones esperpénticas del franquismo, como sucede en *La escopeta nacional* (1978).

España vive también años de boom en festivales dedicados al cine en muchas de sus vertientes. Algunos tienen muchos años a sus espaldas, como el *Festival Internacional de Cine de San Sebastián*, la *Seminci* o el *Festival de Cine de Gijón*, y otros muchos, especialmente los más especializados, como *Animadrid*, *Festival Punto de Vista*, *Docupolis* o el *Festival de Cine de Comedia de Peñíscola*, son de reciente creación, con un ámbito más especializado.



En los *Premios a los Óscar*, España también ganaba un Óscar a la *Mejor Película Extranjera* con *Volver a empezar*, de José L. Garcí, en 1982. A la que seguían *Belle Epoque*, de Fernando Trueba, en 1993, *Todo sobre mi madre* (1999), de Pedro Almodóvar y *Mar adentro* (2005) de Alejandro Amenábar. En 2008, Javier Bardem ganaba el Óscar como *Mejor Actor Secundario* por *No country for old men* y en 2009, Penélope Cruz conseguía el mismo premio por *Vicky Cristina Barcelona*.

3.2.4 España, un gigante con pies de barro

Existe una posible nueva etapa de la imagen exterior de España, debido a los repentinos efectos de la crisis económica de 2008-2009 y a las debilidades de la España del siglo XXI ante el nuevo escenario económico internacional, ante los que creo, sería necesario un estudio en profundidad dentro de unos años. *¿La imagen exterior de España, tal como España la ve 2.0?*

Así, según la edición del 23 de noviembre de 2009 del semanario *The Economist*: «España es el nuevo enfermo de Europa»: la mayoría de los países miembros consiguieron salir de la recesión que sufría el continente en el tercer trimestre de 2009, España, sin embargo, estaba acusando una «gripe española», la única de las economías de la *Unión* que seguía en negativo en esas fechas¹⁶⁷.

a) *La fiesta, ha terminado*

En julio de 2008, *Financial Times* afirmaba que «el boom de la construcción de los últimos diez años se ha acabado». Y el fin ha llegado «con un crash más que con un aterrizaje suave». Y añadía, «España ha pasado de ser uno de los países más boyantes de Europa a ser uno de los que presentan un comportamiento más débil»¹⁶⁸.

«Spain is chic», aseguraba el columnista Jefe de Internacional del *Financial Times*, Rideon Rachman, tras la segunda victoria de Rodríguez Zapatero en las urnas, pero «el milagro español está llegando a su fin», lo que supondrá un test para la estabilidad del país. «Los españoles están a punto de darse cuenta de que la dulce vida no es eterna», sentenció (Martín, 2008).

Dentro y fuera de nuestras fronteras, España es considerada por muchos europeos como un gigante con pies de barro. «Se fabricó el gigante de barro. Un suflé

¹⁶⁷ «The Economist': "España es el nuevo enfermo de Europa"». Madrid: *Diario El País*. 27 de noviembre de 2009

¹⁶⁸ «El 'crash' de España, según 'Financial Times'». Madrid: *Diario Expansión*. 11 de junio de 2008

sin dueño. Mal de piedra y corazón. Sin proyecto estable de crecimiento sostenido. Sin liquidez financiera. España no aprovechó la bonanza que consolidara un futuro estable y un estado fuerte» (Mayor, 2009).



Con el inicio de la recesión económica, en marzo de 2008, la revista *Newsweek*, publicaba una edición con una portada en la que Rodríguez Zapatero aparecía bajo el título «El fiasco de España. Cómo Zapatero se ha convertido de estrella europea a una decepción nacional». En las páginas interiores y bajo el título «El fin del Imperio Español», el semanario afirmaba que «en un año de elecciones, la economía española comienza a titubear. Además, los candidatos han perdido fuerza [...] Zapatero, surgió de la nada y se convirtió en un líder popular y efectivo durante cuatro años [...] ahora, parece ir a la deriva» (McGuire, 2008).

En agosto de ese año, el diario galo *Liberation*, aseguró que «los dos pilares del milagro económico español se han hundido». Existe un «desplome del sector de la construcción y un hundimiento del consumo en los hogares españoles [...] Después de haber conocido una insolente vitalidad, el consumo se hunde», afirmaba citando el informe realizado en julio de 2008 por el *Instituto de Crédito Oficial (ICO)*, «que muestra que la confianza del consumidor está en su nivel más bajo desde hace diez años»¹⁶⁹.

«En cuanto al sector de la construcción, que tiraba de la economía hacia arriba, se desploma [...] las bancarrotas de los principales promotores y sociedades inmobiliarias españolas son estrepitosas [...] Después de haber sido una de las locomotoras europeas desde mediados de los años noventa, España sufre revés tras revés en materia económica. Es lo nunca visto en quince años, periodo en el que el país flirteaba con el 4% de crecimiento del PIB»



El diario económico francés *La Tribune*, aseguraba también en agosto de 2008 que «en España, la fiesta se ha terminado» La actual «desaceleración económica no es comparable con la recesión vivida entre 1992 y 1993». En su análisis de la situación económica española, la editorialista del diario galo, Sophie Gherardi,

¹⁶⁹ «'Liberation' cree "hundido" el milagro español». Madrid: *Diario El País*. 18 de agosto de 2008

constataba Rodríguez Zapatero, «no ha intentado romper con las fórmulas económicas que han beneficiado a su país desde que estuviera en el gobierno de José María Aznar»¹⁷⁰.

En agosto de 2008, *The Economist* titulaba «*Bancarrota española: Un montón de viviendas por vender*», e incluía un subtítulo aún más pesimista: «*La antigua estrella de la eurozona declina en toda Europa*». En el reportaje, se afirmaba¹⁷¹:

«Existen construcciones a medio terminar y casas vacías que se han convertido en monumentos del drama económico que vive España [...] Martinsa Fadesa, se declaró en quiebra el mes pasado [...] El problema de España no es que esté sufriendo más que otros países europeos, sino que antes estaba haciendo las cosas mucho mejor que los demás.. Debido a los créditos baratos y a la burbuja inmobiliaria, se convirtió en un país adecuado para hacer dinero [...] El colapso español ha dañado a otras empresas en diversos países de la eurozona. Las exportaciones alemanas e italianas a España han descendido bruscamente [...] Las exportaciones francesas a España ahora están cayendo»



En noviembre de 2008, ante los perniciosos efectos económicos de la crisis internacional, *The Economist* dedicó un número especial a España y a su economía, titulado también bajo la idea de «*La fiesta ha terminado*», donde constataba el fin del milagro económico español. El informe concluía que «la fiesta de la prosperidad en la que España estaba inmersa ha terminado y el país corre el riesgo de enfrentarse a una recesión profunda que podría durar cerca de dos años» (Delgado, 2008):

«Mucha gente mayor es bajita por la dura vida de la posguerra, sin embargo, los jóvenes españoles son notablemente más altos que sus abuelos [...] Los nacionalistas están obsesionados con sus lenguas y el localismo de muchas regiones ha hecho que se vuelva al caciquismo. Los administrativos de los tribunales superiores sólo trabajan por las mañanas, pero cobran por todo el día completo y los españoles, que en plano individual son encantadores, se vuelven defensivos y poco serviciales si tienen que atender a clientes».

¹⁷⁰ «El milagro económico español se "ha terminado" pero la crisis del 92 "está lejos"». Madrid: *Diario El Economista*. 05 de agosto de 2008

¹⁷¹ «Bancarrota española: Un montón de viviendas por vender». Madrid: *Oficina de Prensa del Palacio de la Moncloa*. 18 de agosto de 2008

En febrero de 2009, *Financial Times* publicaba dos artículos referentes a la situación económica española. El primero, titulado «*Spain's recession: After the fiesta*», tomaba a Valencia como «rostro de la crisis española (Mallet, 2009):

«Cuando un club de fútbol puntero de un país tan fanático por este deporte como España falla en pagar a sus jugadores, se produce una advertencia sobre que algo puede estar drásticamente equivocado en una de las economías más exitosas de Europa [...] es un círculo vicioso [...] Esto es una monocultura industrial. Cada trabajo que es perdido puede causar una o dos pérdidas más de trabajo en industrias auxiliares»

En un segundo artículo, «*The pain in Spain*», el rotativo británico afirmaba que¹⁷²:

«Como el resto de Europa, España encara la perspectiva de algo peor que una recesión, una depresión de un tipo nunca visto desde 1930 y los primeros síntomas de recuperación podrían no hacerse notar, al menos, hasta la primavera de 2010 [...] pueden haber esquivado lo peor de la crisis subprime de EEUU, pero tienen sus propios problemas»

Financial Times advertía a principios de 2009 que «España podría convertirse en un problema para el euro»¹⁷³, comentarios que contradecían los vertidos en septiembre de 2008 cuando afirmaba que «ha llegado el momento de que los bancos centrales tomen lecciones de España, cuya institución supervisora ha aplicado una política rigurosa y previsoras que ha contribuido a que el sistema financiero español pueda ahora capear el temporal»¹⁷⁴. Es decir, España se presentaba ante el mundo como un ejemplo de gestión financiera, imponiendo el *Modelo Financiero Español* a la *Crisis Crediticia de 2008*, pero también como la primera víctima de la misma por las cotas de desempleo y déficit.

En noviembre de 2008, *Financial Times* publicaba su crítico artículo: «Los cerdos vuelven al fango» donde afirmaba que España, integrada en los países llamados *PIGS* (siglas en inglés de Portugal, Italy, Greece y Spain), estaba «volviendo literalmente al fango». Los *PIGS* «llegaron a volar» hace ocho años, pero ahora han

¹⁷² «The pain in Spain». Londres: *Financial Times*. 24 de febrero de 2009

¹⁷³ «Financial Times advierte: "España podría convertirse en un problema para el euro"». Londres: *Libertad Digital*. 20 de enero de 2009

¹⁷⁴ «'Financial Times' anima a los bancos centrales a 'tomar lecciones de España'». Londres: *Diario El Mundo*. 30 de septiembre de 2008

«vuelto a la tierra» y están de nuevo «en el fango» por sus respectivos déficits por cuenta corriente. Una coyuntura que supone un serio riesgo de entrar en «recesión»¹⁷⁵.

En 2008 y según la CEOE, España era el país de la UE más afectado por la restricción de crédito a las empresas en previsión de la crisis que se avecinaba¹⁷⁶. En 2009, España se convertía también en el país de la UE que más empleo destruía debido a la crisis económica. El deterioro del mercado laboral español era tal que sus cifras sólo era superadas, en porcentaje - no en número -, por Letonia (M. V. G, 2009). De esta forma, uno de cada tres empleos perdidos en la UE era español y, al mismo tiempo, uno de cada dos nuevos parados era residente en España¹⁷⁷.

Durante la última década, el proceso de inmigración - cuya intensidad y rapidez no tiene parangón - ha traído a 4'5 millones de inmigrantes (o 5'2 millones, si se incluyen los nacionalizados), lo que ha hecho que los extranjeros, 165.000 en 1975, representasen en 2008 a más de un 10% de la población total y de la población activa, el porcentaje más alto de entre los países de la OCDE (Chislett, 2008:03-05).

Con una tasa de desempleo del 17,4%, España duplicaba la media de desempleo de la zona euro y de la Unión Europea. En febrero de 2009, la mitad de los nuevos parados registrados en el último año residían en España; en marzo se elevaba a dos de cada tres¹⁷⁸. Si como veíamos, a principios de 2007, España se configuraba como séptima potencia más industrializado del mundo, tras superar a Canadá (Pérez, 2007), este puesto sólo era momentáneo.

En 2009, un informe de *Pricewaterhouse Coopers*, preveía que el *Producto Interior Bruto (PIB) de España* aumentase a un ritmo medio anual del 2,3% hasta 2050, con lo que España pasaría a ocupar el decimoquinto puesto en ese año, empatada con Corea del Sur¹⁷⁹. Por su parte, el FMI, adelantaba a mediados de ese año, que pronto

¹⁷⁵ «España es el país de la UE más afectado por la restricción de crédito a las empresas». Madrid: *Diario Libertad Digital*. 23 de octubre de 2008

¹⁷⁶ «Pigs in muck». Londres: *Financial Times*. 31 de agosto de 2008

¹⁷⁷ «Uno de cada dos parados de la UE residirá en España». Madrid: *Diario El Mundo*. 01 de abril de 2009

¹⁷⁸ «España aporta ya dos de cada tres parados de la eurozona en un año». Madrid: *Diario El País*. 30 de abril de 2009

¹⁷⁹ «España de octava a decimoquinta potencia en 2050». Madrid: *Diario La Bolsa- HispaVista*. 03 de marzo de 2006

Corea del Sur y Canadá relegarían el PIB español al puesto decimocuarto (Pérez, 2007).

Sería en ese año, en 2050, según una proyección sobre la población de la UE - difundida por la oficina europea de estadísticas (Eurostat)-, cuando España se convierta en el país de la *Unión Europea* (UE) con mayor proporción de jubilados y con menor porcentaje de personas en edad de trabajar. Según la proyección, la población activa - entre 15 y 64 años- debería disminuir fuertemente en el conjunto de la UE entre 2004 y 2050, pasando de 67,2% a 56,7%, respectivamente, lo que se traduce en una caída de 52 millones en número de habitantes en edad de trabajar en el conjunto de la Unión¹⁸⁰.

El imparable avance de la economía del conocimiento, cimentada en la innovación, el uso de las nuevas tecnologías de la información y el trabajo de un personal cada vez más capacitado, sorprendió también a España. Un informe de *Accenture* y del *Consejo de Lisboa*, organismo encargado de supervisar los objetivos de la cumbre europea de 2000, mostraba en 2007 que España se adaptaba con lentitud a una economía que empleaba ya a 4 de cada 10 europeos en la UE-15 y que muy pronto, como ocurría en Suecia, daría trabajo a más de la mitad. España marchaba por detrás de la mayoría de los países de su entorno en tres variables fundamentales: la inversión en educación e I+D, el número de universidades de alto nivel y la cantidad de licenciados en ciencia y tecnología.

«Estamos atrasados porque no estamos haciendo una apuesta clara para incorporar las nuevas tecnologías a nuestras actividades tradicionales», afirmaba Jordi Vilaseca, profesor de la *Universitat Oberta de Catalunya*. «La economía del conocimiento no son las puntocoms, sino la capacidad de incorporar el conocimiento a todos los sectores del aparato productivo»¹⁸¹.

En esta línea, teniendo en cuenta las materias en las que el *Technology Review* (MIT) consideraba tecnologías emergentes en 2007 (Redes peer-to peer en Video, energía solar -cuántica para potenciar la producción de energía fotovoltaica de bajo coste, control neuronal, nanotecnología aplicada a la curación, desarrollo de la eficiencia de la realidad virtual, metamateriales artificialmente estructurados para

¹⁸⁰ «España será el país de la UE con más jubilados en 2050». Madrid: *Revista Consumer*. 09 de abril de 2005

¹⁸¹ «Suspenso en innovación». Madrid: *Diario El País*. 25 de marzo de 2007

transformar telecomunicaciones, redefinición de las tecnologías de imagen digital, monitorización médica personalizada, antenas ópticas alimentadas por luz y análisis de células individualizadas), nuestro país quedaba muy al margen de la mayoría de los sectores en los que la tecnología no era madura y al margen de las líneas y desarrollos que van a representar un papel relevante a corto plazo. Y es que la inversión en imagen no resuelve los problemas de competitividad, sin duda, el mal estructural de la economía española (Pedro, 2007).

Así, lo que en otros países de la zona *Euro* era una dura crisis coyuntural, en España era una profunda puesta en cuestión del modelo de crecimiento, de alto endeudamiento, bajísima productividad, y sobre todo, muchos ladrillos. En estos 30 años, la productividad total ha crecido a un ritmo del 0.1% anual. Es decir, la productividad se ha estancado casi completamente desde la transición (Garicano, 2009).

b) Suspenso en educación

En educación, el informe de la OCDE *Mirada a la educación 2005*, denunciaba que el aumento de la inversión en enseñanza no seguía el ritmo del crecimiento de la riqueza nacional entre 1995 y 2002. A nivel internacional, las diferencias más fuertes se daban en España, además de en Irlanda, República Eslovaca y República Checa, donde la parte del Producto Interior Bruto (PIB) dedicado al gasto global en la enseñanza cayó en 0,4 puntos en dicho periodo, pese al aumento del 30% de la inversión en todos los ciclos educativos.

En 2007, según el *Panorama de la Educación. Indicadores de la OCDE 2007*, el bachillerato y la formación profesional de grado medio dejaban a España entre los últimos puestos de la educación mundial, ya que el porcentaje de población entre 25 y 34 años que tenía estos estudios era del 64%, frente al 77% de la OCDE y al 79% de la Unión Europea, lo que colocaba a España en el puesto 25º de los veintinueve países del estudio. El jefe de análisis de la Dirección de Educación de la OCDE, Eric Charbonnier,

llamó también la atención sobre el elevado porcentaje de alumnos que en España han repetido curso al menos una vez: el 28,6%, frente al 13% de la media de la OCDE¹⁸².

En 2006, según *Informe PISA* de la OCDE, España era el país que más bajó su nivel de lectura respecto a informes anteriores, de 581 puntos de media a 561, lo que le dejaba en el puesto 35º de los cincuenta y siete países analizados, por detrás de Luxemburgo, Portugal, Italia o Eslovaquia, que habían obtenido hasta ahora peores resultados. Se trataba de una bajada de 20 puntos, la mayor entre los 37 países que también se evaluaron en 2003. El propio *Ministerio de Educación* español asumió como un «problema y como la asignatura pendiente para toda la sociedad». El sociólogo Mariano Fernández Enguita se preguntaba por qué tendría que haber mejorado la educación en los últimos años: «Lenta pero consistentemente, el horario y el calendario escolares se acortan, los directores no pueden dirigir y los centros y profesores no están sometidos a responsabilidad alguna por hacerlo bien o hacerlo mal» (Aunión, 2007).

En 2008, el informe educativo anual de la OCDE, *Education at Glance*, señalaba que tomando como sólo como referencia a la población escolar, el 72% de los alumnos conseguía el título de bachillerato o FP medio, 10 puntos menos que la media de la OCDE y 15 menos que la de la UE. Colocándose España en el puesto 23º de un total de veintiséis países y quedando por encima de México y Turquía, e igualado con Nueva Zelanda (Aunión, 2007).

La *Comisión Europea* certificó que España iba retrasada en la puesta en práctica de las reformas que exigía también el proceso de Bolonia, la armonización de las universidades en la UE para facilitar la movilidad. España iba con retraso en la aplicación de los tres ciclos, que empezó por los de máster; tenía problemas en la introducción del sistema de créditos europeo, utilizado en el 75% de las títulos españoles, y seguía aplicando defectuosamente el *Suplemento Europeo de Diploma*, que debería ser automático y gratuito (De Rituerto, 2009).

En ese mismo año, la *Organización para lo Cooperación y el Desarrollo Económico* (OCDE) publicaba el *Informe de la OCDE sobre la educación superior en*

¹⁸² «España, a la cola de Europa en educación secundaria». Barcelona: *Diario La Vanguardia*. 18 de septiembre de 2007

España, que indicaba que la mayoría de las universidades españolas estaban elaborando masters oficiales cortos, de un año, «lo que puede convertirse en un serio peligro para su posición internacional». Guy Haug, autor del informe, explicaba que los posgrados serán lo que realmente marque la imagen internacional de los campus, por lo que España debía fijarse la «prioridad de la evaluación de la calidad de los doctorados para facilitar la transición desde el modelo actual, que a veces no es más que la vinculación entre un profesor y un alumno, sin un programa detrás» (J.A., 2009).

c) Nuevo modelo económico: Ley de Economía Sostenible

En marzo de 2009, el ministro español de Exteriores, Miguel Ángel Moratinos, defendió el «milagro español de crecimiento económico de los últimos años» y aseguró que, pese al incremento del desempleo, «no todo va mal en España» y aseguró que «el milagro no es un espejismo, es el resultado del esfuerzo de todos los españoles, de toda la sociedad», dijo el ministro en una entrevista a la cadena de televisión *France 24* y concluyó, «España no participó en la revolución industrial del siglo XIX pero ahora queremos participar en la nueva revolución de las energías renovables y vamos a demostrar que España tiene mucho que dar a sus socios europeos en ese ámbito»¹⁸³.

Según datos de 2004 del *Instituto Nacional de Estadística (INE)*, España era el país de la UE que menos toneladas de dióxido de carbono emitía por habitante, un 35% menos que la media europea, pero se posicionaba como el segundo país más incumplidor del *Protocolo de Kioto*, siendo Portugal el país europeo más alejado de sus compromisos, con un 41% más que en el año base (1990)¹⁸⁴.

Sin embargo, según las proyecciones de la UE, en base a los datos de 2005, España emitirá en 2010 372,6 millones de toneladas de CO₂, un 14% por encima del compromiso adquirido en el acuerdo de Kioto¹⁸⁵, que sólo permitía a España

¹⁸³ «Moratinos defiende el milagro español y asegura que "no todo va mal"». Madrid: *Diario Soitu*. 04 de marzo de 2007

¹⁸⁴ «España es el país de la UE que menos toneladas de dióxido de carbono emite por habitante». Madrid: *Revista Desarrollo Sostenible*. 09 de diciembre de 2004

¹⁸⁵ El *Protocolo de Kioto* sobre el cambio climático, es un acuerdo internacional que tiene por objetivo reducir las emisiones de los seis gases responsables del calentamiento global: dióxido de carbono, gas

incrementar entre 2008 y 2012 un 15% sus emisiones en relación a 1990. De esta forma, España desplaza en 2009 a Portugal y se convierte en el país de la UE más alejado del compromiso del Protocolo de Kioto (De Miguel, 2007).

En boca de David Hammerstein (2009), eurodiputado de *Los Verdes*:

«El feliz modelo español, con más kilómetros de autovía per capita que nadie, financiado por la UE, ha aumentado sus emisiones de CO₂ en casi un 50% desde el año 1990 y precisamente, los contaminantes del sector del transporte son los que crecen más deprisa. Si la experiencia española se repitiera en los países de la ampliación, ya podríamos olvidarnos de los objetivos de reducir nuestras emisiones contaminantes en más de un 20% antes del 2020»

Además, en 2009, *Greenpeace* publicaba un informe titulado «*La crisis del clima*» en el que afirmaba que España era el país de la UE más afectado por el cambio climático y el que sufriría las peores consecuencias, con un aumento de temperatura de 1,5 grados - más del doble que la media global -, un aumento del mal de 3 milímetros al año y la proliferación de fenómenos meteorológicos extremos y catástrofes, que acabarían afectando al turismo de playa español, que emigraría a zonas menos cálidas, como el sur de Francia¹⁸⁶.

Quizá, por este hecho, el posicionamiento de España en lo que a energías verdes se refiere, se torna como una cuestión de estado. *Madrid 2016*, se ha marcado el reto de que los *Juegos Olímpicos* destaquen también por su exigente sostenibilidad, asegurando «la máxima protección del medio ambiente, minimizando todos los posibles impactos ambientales relacionados con la celebración de los JJOO». Así, la *Guía Ambiental Madrid 2016* plasma este compromiso¹⁸⁷:

«Queremos que Madrid se recuerde como la ciudad de los *Juegos Verdes*, la ciudad donde la energía sea renovable, los materiales reciclables y el transporte público», declaró Mercedes Coghen, consejera delegada de Madrid 2016, durante la presentación del proyecto Madrid 2016 ante el Comité Olímpico de Oceanía, en la ciudad neozelandesa de Queenstown.

metano y óxido nitroso, además de tres gases industriales fluorados: hidrofluorocarbonos, perfluorocarbonos y hexafluoruro de azufre, en un 5%, dentro del periodo que va desde el año 2008 al 2012, en comparación a las emisiones de 1990

¹⁸⁶ «La crisis del clima. Evidencias del cambio climático en España». Madrid: *Informe de Greenpeace*. 05 de mayo de 2009

¹⁸⁷ «Madrid 2016: Juegos verdes». Madrid: *Diario La Razón*. 04 de mayo de 2009

Para María Teresa Samaranch, presidenta de la Federación Española de Deportes de Hielo (FEDH), «es el momento de Madrid, es el momento de España [...] este país apuesta por el deporte y cree en él como motor de cambio de nuestra sociedad».

Para Juan Verde, hombre de confianza de Al Gore en España y parte del *Comité de Campaña* de Barack Obama, afirmaba (Fuentes, 2009):

«En España, la revolución verde supone una gran oportunidad. Es el país europeo con mejores condiciones para desarrollar energías alternativas: costas (olas), sol y viento. Además, es el mayor inversor extranjero en energías renovables en Estados Unidos. El segundo productor de energía eólica en ese país es la navarra *Gamesa*. Por su parte, *Abengoa* va a crear la mayor planta termosolar del mundo en el desierto de Arizona, y hay proyectos para el de Nevada, que suministrarán a Las Vegas»

En este sentido, el secretario de transportes de Barack Obama afirmaba que había vivido «las maravillas» del AVE. «Estoy impresionado por haber podido viajar a 300 kilómetros por hora», aseguraba Ray LaHood, «la red y la planificación españolas son las más vanguardistas del mundo»¹⁸⁸.

En 2007, se aprobó en *Consejo de Ministros* la retribución de la generación eléctrica mediante energías renovables y cogeneración. Con el desarrollo de estas tecnologías, la energía renovable en España cubriría el 12% del consumo energético en el año 2010 y se evitaría la emisión de 27 millones de toneladas de dióxido de carbono en ese año. Igualmente, con la consecución de los objetivos previstos para la cogeneración se evitaría en 2010 la emisión de 6,3 millones de toneladas de CO₂¹⁸⁹.

Según los datos de la *Red Eléctrica de España*, durante los meses de enero y febrero de 2009, las energías renovables lograron producir el 30% de la energía consumida en España. «En días de sol en toda España, este verano – 2009- la energía fotovoltaica puede alcanzar el 5% de la producción», afirmó Heikki Mesa, responsable de cambio climático de *WWF España*, quien llamó (Méndez, 2009):

¹⁸⁸ «Blanco enseña el AVE a EEUU: 'A la vanguardia del mundo', afirma su secretario de Transportes». Madrid: *Diario El Mundo*. 30 de mayo de 2005

¹⁸⁹ «Las energías renovables en España cubrirán el 12% del consumo energético en el año 2010». Madrid: *Revista Consumer*. 28 de mayo de 2007

«Refundar la economía española con las energías renovables y la eficiencia energética como pilares [...] ese cambio estructural supondría aumentar la competitividad de España en un entorno mundial en el que todos los estados industrializados apuestan por las tecnologías limpias y en el que los recursos fósiles van a ser cada vez más caros a medio plazo»

En este sentido, en 2009, nacía *Agencia Internacional de Energías Renovables*, IRENA, en la que España partía de una inmejorable posición para liderar el proyecto y, con ello, el desarrollo mundial de las energías renovables. Además de haber firmado los estatutos en el acto fundacional de la agencia, apostaba fuerte por conseguir la sede o su dirección general, muy disputadas por Alemania, que podría ver reconocido su papel como uno de los países impulsores de la agencia (González Vélez, 2009).

La *Secretaria de Estado de Cambio Climático del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino*, Teresa Ribera, consideró que la iniciativa suponía una «magnífica oportunidad para implicar a las empresas españolas, que van por delante de las de otros países en este campo», una ventaja competitiva¹⁹⁰.

«La creación de empleos verdes se ha convertido en un mantra para muchos gobiernos, incluido el de Estados Unidos. Pero, pocos países están mejor posicionados y motivados que España para luchar contra la recesión y, al mismo tiempo, conservar el medio ambiente». Este es el análisis que publicó a principios de 2009 el diario norteamericano *The Washington Post* en un extenso artículo sobre la apuesta española por la economía sostenible y la posibilidad que ofrece para recuperar los millones de puestos de trabajo destruidos durante la crisis, destacando «el esfuerzo del Gobierno español está siendo seguido de cerca por Obama»¹⁹¹

La presentación de la *Ley de Economía Sostenible* en consejo de ministros del 27 de noviembre de 2009, enmarcaba la alternativa al modelo económico español de los últimos veinte años. El desafío del nuevo modelo de la economía española: una economía sostenible¹⁹²:

«Más que en otros lugares de nuestro entorno, la crisis nos ha ubicado ante las deficiencias de un modelo económico que clama por una reorganización estructural. No sólo por

¹⁹⁰ «España aspira a presidir la Agencia Internacional de Energías Renovables». Madrid: *Dario El Mundo*. 21 de abril de 2009

¹⁹¹ «'The Washington Post' coloca a España como líder del empleo 'verde'». Madrid: *Dario El País*. 29 de septiembre de 2009

¹⁹² «El desafío de la economía sostenible». Madrid: *Dario El País*. 27 de noviembre de 2009

nuestra gran dependencia del ladrillo y del turismo. Nuestro problema es la baja productividad y nuestra escasa capacidad para generar valor añadido. Y ahora, por fin, vamos a coger el toro por los cuernos [...] Es cierto que nadie puede esperar milagros»

4. MARCO EMPÍRICO

4. MARCO EMPÍRICO

4.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.1 Sujeto de análisis

A la hora de afrontar la investigación, el autor ha querido focalizarse en el estudio y análisis de las obras cinematográficas como sujetos de estudio, entendiendo como tales, según la definición del *Ministerio de Cultura de España*¹⁹³, «toda obra audiovisual - tanto largometraje (cuando su duración es mayor a 60 minutos) como cortometraje (cuando su duración es inferior a 60 minutos) -, fijada en cualquier medio o soporte, en cuya elaboración quede definida la labor de creación, producción, montaje y posproducción y que esté destinada, en primer término, a su explotación comercial en salas de cine, quedando excluidas las meras reproducciones de acontecimientos o representaciones de cualquier índole».

¿Por qué analizar obras cinematográficas para estudiar la imagen exterior de España en lugar de realizar otro tipo de análisis o muestreos? La respuesta se basaría en dos razones de interés para este estudio:

- Primero, porque – como ya hemos podido ver en la parte teórica - desde los inicios del cine, el séptimo arte se ha considerado como herramienta propagandística, tal como confirmó Leonard Doob (1984:24) en *Sociología de la comunicación de Masas* en 1984, tras estudiar los once principios propagandísticos de la Alemania Nazi de Joseph Goebbels:
 1. Principio de simplificación y del enemigo único
 2. Principio del método de contagio
 3. Principio de la transposición
 4. Principio de la exageración y desfiguración
 5. Principio de la vulgarización
 6. Principio de orquestación
 7. Principio de renovación
 8. Principio de la verosimilitud

¹⁹³ Definición del *Ministerio de Cultura de España*, del 03 de septiembre de 2009 en: <http://www.mcu.es/cine/CE/Industria/DefinicionPelícula.html>

- 9. Principio de la silenciación
- 10. Principio de la transfusión
- 11. Principio de la unanimidad

- Y segundo, porque como afirmaba a profesora de la *Universidad Complutense*, Eva Aladro (2004:117-128):

«La sabiduría perenne de muchos pueblos y culturas trata justamente de los fenómenos de conservación de experiencias a través de la comunicación y todos sus medios disponibles [...] conexiones que unen el mundo intrapersonal de procesos comunicativos con el mundo interpersonal y finalmente, con los modernos fenómenos de comunicación en grandes colectivos»

En consecuencia, la producción cinematográfica como sujeto de estudio atiende a las manifestaciones de la memoria colectiva de las sociedades y a herramientas propagandísticas de las mismas. Las películas, canalizan así la imagen-país de nuestro país en el exterior y también, nuestra propia percepción de nosotros mismos a lo largo de la historia (del cine), siendo un objeto de análisis rico y de interés por su evolución, número, representación y polivalencia.

4.1.2 Dimensión espacial

Definido y justificado el sujeto de estudio, definiremos también su dimensión espacial. Para este trabajo, se tomó como universo, no al conjunto de obras cinematográficas a nivel mundial, que en sí, comprenden el verdadero universo fílmico de la herencia cultural del hombre; sino al conjunto de películas comercializadas en España - tanto extranjeras como españolas-, debido a que el objeto de estudio de esta tesis doctoral es precisamente analizar la imagen exterior de España tal como España la ve.

Y hablamos de comercialización fílmica en España y no de producción, reproducción o distribución, puesto que la producción cinematográfica tiene por objeto, como hemos visto líneas atrás, la comercialización de las obras cinematográficas gracias a un sistema de distribución previo y a una reproducción videográfica posterior.

En este sentido, la dimensión espacial de este estudio comprende el conjunto de obras cinematográficas – tanto españolas como extranjeras – vistas en España a través de cualquier sistema de distribución comercial (cine, televisión o internet) y en cualquiera de sus muy diferentes formatos (analógicos o digitales).

4.1.3 Dimensión temporal

La dimensión temporal de este estudio aborda el estudio de las obras cinematográficas producidas desde los orígenes del séptimo arte hasta nuestros días, debido a que una parte de este proyecto doctoral es evaluar precisamente los cambios de la imagen-país proyectada a lo largo del tiempo.

La producción cinematográfica, aunque constante a lo largo de su historia, ha experimentado un notable desarrollo a partir de la segunda mitad del siglo XX, por lo que la importancia de las obras y su consideración ante este estudio, debe ser proporcional y considerada a su presencia en las bases de datos anteriormente indicadas.

Esta evolución creciente de obras y producciones, se asemeja - en parte - a la evolución de nuestra imagen-país. La pérdida del imperio a finales del siglo XIX, los primeros avances democráticos del siglo XX, la ocupación del noroeste africano, la *Guerra Civil*, la *Transición* o la *Integración Europea*, sugieren una heterogeneidad de estados de la imagen y de su proyección por españoles y foráneos.

4.1.4 Acceso a las fuentes de información

Debido a la gran producción cinematográfica internacional (sobre todo en los últimos años) y a las políticas culturales de promoción nacional y regional, existe un gran universo fílmico a abordar en España.

La forma de acceso a este estudio, ha sido a través del **análisis de dos fuentes secundarias** de rigor:

- Las producciones que la estadounidense *Box-Office Magazine* - organismo que cuantifica los éxitos de comercialización de las producciones cinematográficas a nivel mundial según los índices de *World Wide Box-Office* – considera como producciones más taquilleras a nivel mundial¹⁹⁴. Opción elegida para conocer las obras más comercializadas en el mundo (principalmente, occidental) y que en consecuencia, que también se han reproducido en España gracias a las distribuidoras transnacionales que operan en este sector.
- Las producciones que el *Ministerio de Cultura de España* cataloga como «películas más vistas en nuestro país», índice temático que se realiza a partir de los procesos de gestión administrativa del *Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)*¹⁹⁵. Opción elegida para corroborar los datos de la anterior fuente en España. Sin embargo, debido a la falta de datos cuantificados con anterioridad al tercer milenio, esta fuente sólo nos ayuda a corroborar las obras más novedosas o aquellos remakes de pronta comercialización.

4.1.5 Filtro de la muestra

Los datos obtenidos de *Box-Office Magazine* y del *Ministerio de Cultura de España* configuraban el universo de sujetos para este estudio, sin embargo, era necesario abordar su análisis a través de una muestra lo suficientemente representativa y significativa.

A la hora de abordar este problema, se partió de varios supuestos que enmarcarían el tratamiento de la información y también, la ejecución del estudio:

- El acceso y el tratamiento de las obras cinematográficas para este estudio requería «absorber» cada uno de los sujetos para su correcto análisis, por

¹⁹⁴ Tabla ilustrativa en: <http://www.worldwideboxoffice.com/>

¹⁹⁵ Tabla ilustrativa en: <http://www.mcu.es/cine/CE/Actualidad/PeliculasVistas.html>

lo que el alquiler videográfico o su uso en videotecas, se convertía en una labor farroga y compleja.

- La comercialización cinematográfica en España era elevada y en consecuencia, significativa tenía que ser la muestra de análisis, por lo que había que acceder de forma sencilla a un gran número de películas
- Debido a la temática de este estudio, no se podía dar la misma relevancia a las películas que, aunque igualmente comercializadas en España, tuvieran audiencias dispares, puesto que a mayor audiencia, mayor era el impacto en la memoria social
- Se necesitaba un formato accesible, sencillo y versátil, con el fin de acceder a las obras cinematográficas en cualquier situación y momento y además, cuyo almacenaje fuera práctico y fácil

Debido a estas premisas y después de considerar varias alternativas, a la hora de plantear este estudio se optó por abordar el análisis a través de películas en archivos en formato digital (.AVI y .MPG), que:

- Permitían una reproducción indistinta en ordenadores y en televisiones
- Permitían un uso polivalente en CDs, DVDs, Flash, así como otros soportes digitales
- Permitían un almacenaje barato y minúsculo (discos duros portátiles)

De esta forma y debido al sistema de acceso elegido y que ahora indicaremos, se solucionaban también otros dos problemas planteados, la proporcionalidad en las audiencias (mayor ahora que en los orígenes del cine, debido a la universalización del séptimo arte) y la obtención de obras cinematográficas de forma rápida, abundante y gratuita. El sistema de acceso elegido fueron las redes P2P digitales, a través de sus diferentes plataformas (eDonkey, eMule y Ares), ya que:

- Las redes P2P son gratuitas
- Está permitido su uso siempre que no se obtenga lucro económico
- Permiten la descarga automática del universo marcado
- Premian los archivos más demandados por la gente, lo que se traduce en un mejor acceso a las obras más comercializadas

4.1.6 Tratamiento de la información

Una vez elaborada la muestra, se clasificaron todos los sujetos de la misma, elaborando una **base de datos primaria** (Excel) con las fichas de identificación de cada largometraje, que atenderían a **16** variables de control:

<i>Título original</i>	<i>Producción</i>
<i>Título en España</i>	<i>Guión</i>
<i>Año de grabación:</i>	<i>Montaje</i>
<i>Género cinematográfico</i>	<i>Vestuario</i>
<i>País de producción</i>	<i>Música</i>
<i>País de grabación</i>	<i>Fotografía</i>
<i>Duración</i>	<i>Reparto</i>
<i>Dirección</i>	<i>Sinopsis</i>

Obtenida la base de datos primaria de la muestra representativa del estudio, se procedió a elaborar una **base de datos secundaria** (SPSS) con los resultados obtenidos del estudio de todos los sujetos de la investigación, según los formularios de análisis que se adjuntan en los anexos de este trabajo. Para la elaboración de esta base de datos, se analizaron **276** variables clasificadas según:

- Datos de clasificación de la temática
- Análisis de la imagen-país
- Análisis del tiempo
- Análisis del espacio
- Análisis de los personajes
- Análisis de los actores

4.1.7 Confección de la ficha del análisis empírico

A la hora de desarrollar el estudio de la parte empírica, se usará una ficha de análisis (adjunta en los anexos en el apartado 10.2) que se focalizará en diferentes áreas temáticas para este proyecto de investigación. Las presentes líneas pretenden dar a conocer las motivaciones del autor a la hora de valorar y establecer cada una de las variables de estudio que en este trabajo se exponen.

a) Datos oficiales de la película

Primeramente, se compilarán los datos de clasificación de la película y que conformarán la base de datos primaria (Excel), identificando los sujetos de estudio de la muestra atendiendo a las variables: título original, título en España, año de grabación, género cinematográfico, país de producción, país de grabación, duración, dirección, producción, guión, montaje, vestuario, música, fotografía, reparto y sinopsis. Esta clasificación primaria, nos permitirá identificar a cada uno de los sujetos con un número de identificación (ID) para su mejor uso y así, extraer los primeros filtros relevantes para el estudio: nacionalidad y año de producción de la película.

b) Datos de análisis de la película

Una vez clasificadas los sujetos de la muestra, se procederá a su análisis a través de una segunda tanda de variables que configurarán la base de datos secundaria (SPSS) para este proyecto de investigación.

Grupo de preguntas P.1

Atendiendo a su nacionalidad, se filtrarán los largometrajes extranjeros por regiones (mundo árabe, Estados Unidos, Iberoamérica, Europa y resto de regiones, mostrando especial atención a las cuatro grandes potencias europeas: Francia, Estados Unidos, Italia y Reino Unido) de los de producción nacional. Además, atendiendo al

tipo de película, se clasificarán las obras según su género primario y secundario, ya sean: comedia, documental, drama, cine bélico, cine de acción, aventura o ccff, making-off, cine de suspense, thriller o terror, histórico- peplum, cine de animación u otro tipo de géneros. Tomando como *género primario* aquel que identifique a la película con su tiempo-historia y como *género secundario* aquel que tenga que ver con el desarrollo de la trama de los personajes en su historia.

Grupo de preguntas P.2

Atendiendo al tratamiento de la información, se ahondará en los largometrajes que versan o hacen mención, directa o indirectamente a España, a los españoles o a sus outputs o inputs; de los que no lo hacen desde la óptica de su relación con otros países, al papel que sugieren en la historia (según el *Triángulo Dramático* que desarrolló el psicólogo Steve Karpman: perseguidor, salvador y víctima), su rol (positivo, negativo o neutro), a su aparición en la trama (principal, secundario, circunstancial o implícito) o a la consecución de sus objetivos.

Grupo de preguntas P.3

Atendiendo a los inputs y outputs, se relacionarán con variables como el turismo, la cultura, la inversión, la inmigración o la importación /exportación de ByS; regiones españolas así como su relación con la *Leyenda Negra, Amarilla, Blanca o Aurinegra*, su relación con otros países, al papel que sugieren en la historia (según el *Triángulo Dramático* que desarrolló el psicólogo Steve Karpman: perseguidor, salvador y víctima), su rol (positivo, negativo o neutro) o a su aparición en la trama (principal, secundario, circunstancial o implícito).

Grupo de preguntas P.4

Atendiendo a al análisis del tiempo de la trama, se catalogará en su linealidad o no, así como su relación con alteraciones temporales como la *Prolepsis/ Flashforward* (narración de acontecimientos futuros, anticipaciones con respecto al presente de la historia), el *Paréntesis / Tiempo paralelo* (narración de acontecimientos paralelos con respecto al presente de la historia) o la *Analepsis/Flashback/Racconto* (narración de

acontecimientos pasados, anteriores con respecto al presente de la historia) y su clasificación según un listado de épocas temporales: pasadas, presentes o futuras.

Grupo de preguntas P.5

Atendiendo al espacio de la trama de la historia, se relacionarán con variables como el turismo, la cultura, la inversión, la inmigración o la importación /exportación de ByS; regiones españolas así como su relación con la *Leyenda Negra, Amarilla, Blanca o Aurinegra*, su relación con otros países, al papel que sugieren en la historia (según el *Triángulo Dramático* que desarrolló el psicólogo Steve Karpman: perseguidor, salvador y víctima), su rol (positivo, negativo o neutro) o a su aparición en la trama (principal, secundario, circunstancial o implícito).

Grupo de preguntas P.6

Atendiendo a la aparición de los personajes en la historia, se relacionarán con variables como su género, la consecución de sus objetivos, su nacionalidad, su supervivencia en la trama y a la caracterización física, de su indumentaria o de su habla en relación a las culturas regionales. Se estudiarán los personajes, atendiendo al *Triángulo Dramático* que desarrolló el psicólogo Steve Karpman de perseguidor, salvador y víctima y se sumarán dos nuevas variables: los personajes circunstanciales que puedan aparecer en la trama y aquellos implícitos que puedan sugerir a un ciudadano español aunque su papel en la historia no sea tal.

Grupo de preguntas P.7

Atendiendo a la aparición de los actores que dan vida a los personajes de la historia, se relacionarán con variables como su género, la consecución de sus objetivos, la nacionalidad del personaje, su supervivencia en la trama y a la caracterización física, de su indumentaria o de su habla en relación a las culturas regionales. Se estudiarán los personajes, atendiendo al *Triángulo Dramático* que desarrolló el psicólogo Steve Karpman de perseguidor, salvador y víctima y se sumarán dos nuevas variables: los personajes circunstanciales que puedan aparecer en la trama y aquellos implícitos que puedan sugerir a un ciudadano español aunque su papel en la historia no sea tal.

4.1.8 Limitaciones del estudio

Es de interés indicar al lector, algunas de las limitaciones con las que el autor ha contado a priori y a posteriori en este trabajo y que han influido en el diseño y en el modo en el que este se ha llevado a cabo. Limitaciones y consecuencias de las mismas, son:

- **L1:** Como limitación, este trabajo de investigación no cuenta con ningún presupuesto oficial asignado para su desarrollo. También, carece de una empresa que lo patrocine o una persona que actúe como mecenas de su estudio.

C1a: Como consecuencia, todos los gastos derivados de su desarrollo corren a cuenta de su autor.

C1b: Como consecuencia, el autor no ha podido acceder a un número mayor de largometrajes cinematográficos, que hubieran influido positivamente en el componente de significación de nuestro estudio empírico

C1c: Como consecuencia, el autor no ha podido realizar otros estudios que pudieran completar la información que este trabajo va a analizar

- **L2:** Como limitación, este trabajo de investigación se encuentra limitado temporalmente a los años indicados en la cronología de trabajo anteriormente expuesta (2007-2009), puesto que en 2005 el autor concluyó su licenciatura y 2010, tiene planeado presentarse a unas oposiciones, para las cuales, necesita el grado de doctor.

C2a: Como consecuencia, el autor desea presentar en 2009-2010 la memoria académica, con el fin de dar por concluida su etapa de doctorando y comenzar así, una nueva etapa como opositor-profesor

C2b: Como consecuencia, el autor ha estudiado especialmente la imagen-país de España de los últimos años (2004-2009), debido

al fuerte interés que ha tenido por parte de las instituciones y por su protagonismo en la escena internacional

C2c: Como consecuencia, el autor no ha podido desarrollar – como desde un primer momento había manifestado – el estudio de una muestra de población, que hubiera alargado el periodo de trabajo a un año más del previsto

C2d: Como consecuencia, el autor no ha podido analizar las consecuencias y el impacto de la crisis inmobiliaria española en la imagen-país de España, que hubieran sido de interés para él

C2e: Como consecuencia, el autor no ha podido analizar las consecuencias de la presidencia española de la UE (*Trío Europeo'10*) y de la presidencia de B. Obama en EEUU, que hubieran sido de interés para él

- **L3:** Como limitación, este trabajo de investigación se encuentra limitado espacialmente a España, puesto que se constituye como su objeto de estudio.

C3a: Como consecuencia, el autor no ha podido analizar otras obras cinematográficas que hubieran resultado de gran interés en otras zonas del mundo

- **L4:** Como limitación, este trabajo de investigación no ha estudiado la imagen exterior de España en las series televisivas.

C4a: Como consecuencia, el autor ha dejado fuera del análisis una importante dimensión de la conformación de la imagen –país

- **L5:** Como limitación, este trabajo de investigación ha encontrado dificultades en encontrar el listado de películas más vistas en España a través de las bases de datos del Ministerio de Cultura.

C5a: Como consecuencia, el autor tuvo que contextualizar la información con las tablas de *Box-Office* para los datos anteriores a 1990.

- **L6:** Como limitación, a la hora de realizar la parte empírica se han encontrado problemas a la hora encontrar información para la contrastación de hipótesis, debido a la premura de la trama, a la carencia de periodicidad y repetición en las argumentaciones y a lo circunstancial de las apariciones reseñables.

C6a: Como consecuencia, el autor aconseja una segunda lectura de la parte empírica para ahondar en las variables para este estudio que no hayan podido ser captadas en el primer análisis

C6b: Como consecuencia, en este estudio, en relación a los sujetos: son todos los que están, pero no están todos los que son

- **L7:** Como limitación, la especificad de la ficha de análisis a la hora de valorar la parte muestral ha dificultado el uso de la base de datos creada para SPSS.

C7a: Como consecuencia, el autor aconseja la confección de otra ficha de análisis más focalizada en aspectos concretos y con un menor número de variables de estudio

C7b: Como consecuencia, en este estudio se ha obtenido mucha información pormenorizada pero una compleja trama de variables de información general

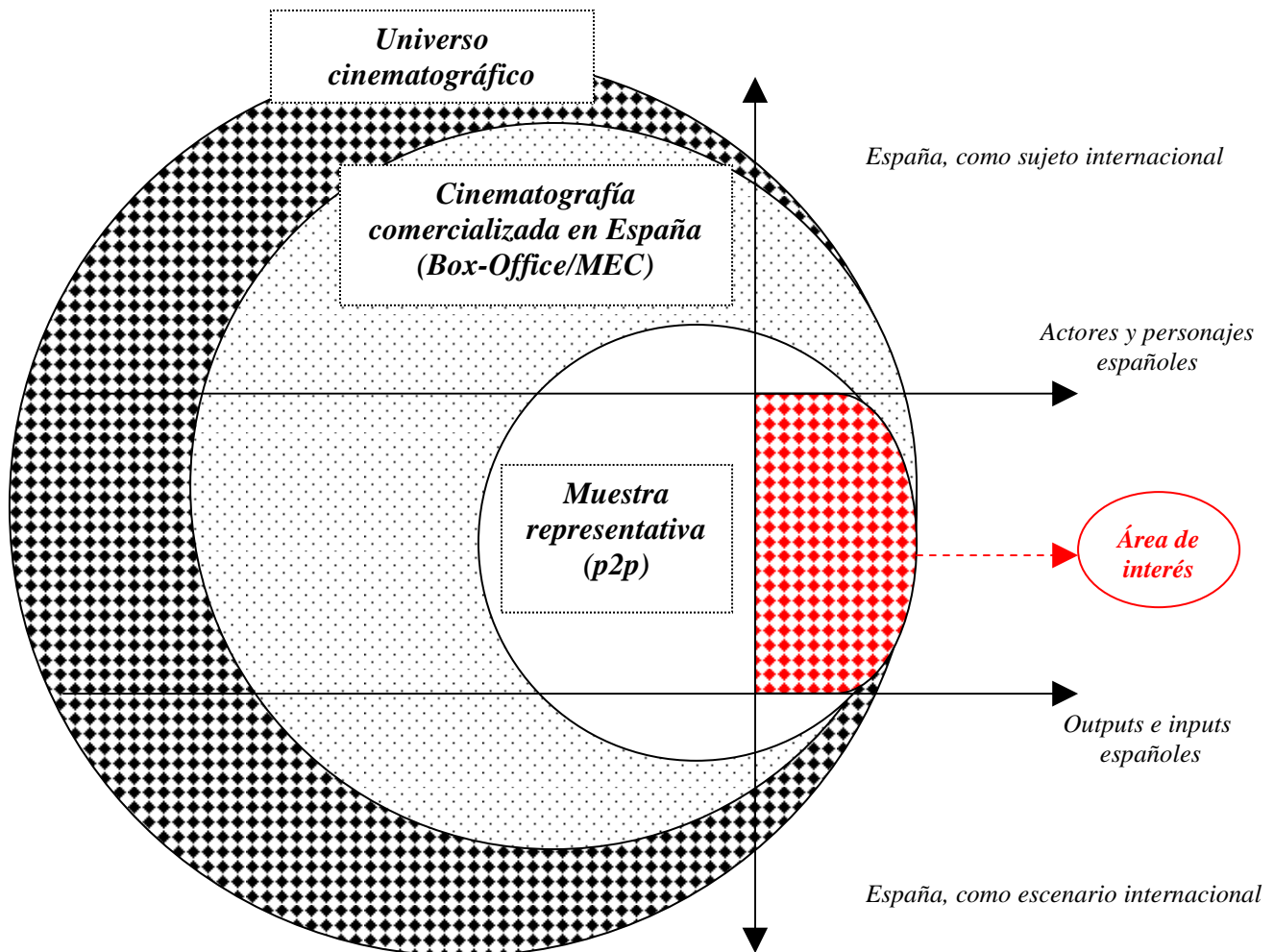
C7c: Como consecuencia, algunas hipótesis no han podido ser respondidas por el estudio de variables de la muestra

- **L8:** Como limitación, algunos de los sujetos analizados están doblados al castellano, con lo que se pierde la información primigenia que pretende este estudio

C8a: Como consecuencia, las películas analizadas se han estudiado desde su versionado al castellano, permitiendo el uso de adaptaciones metafóricas, acentos narrativos o localizaciones

4.1.9 Diagrama del diseño de la investigación

De este modo, el diagrama que ilustra el objeto de estudio de esta investigación, atendiendo al universo, muestra y objetivos de análisis, sería:



4.2 RESULTADOS DEL CORPUS EMPÍRICO

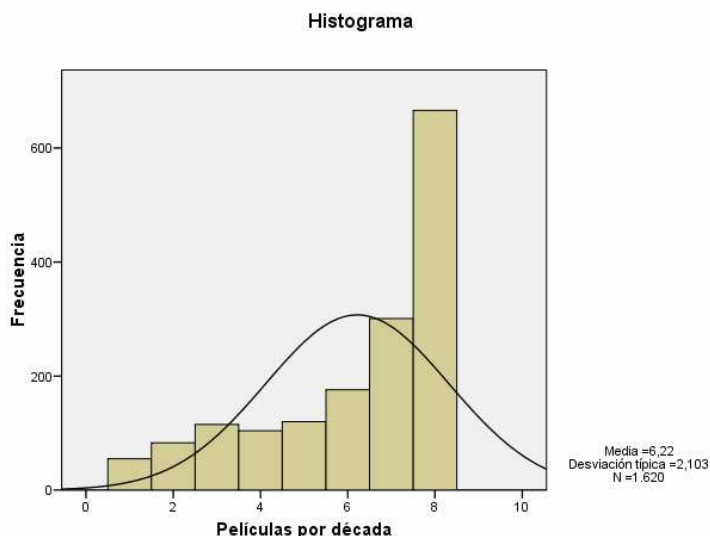
4.2.1 Datos espaciales de la muestra

Se han analizado un total de **1620** películas (Tabla P.1 de los anexos), de las que **1217** (75,1%) no versaban o hacían referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, frente a **403** (24,9%) que sí lo hacía. De estas últimas, **205** largometrajes (50,9%, un 12,7% del total) eran de origen español y **198** (49,1%, un 12,2% del total), producciones extranjeras (Tabla P.1a).

De las **198** películas extranjeras (Tabla P.1aa) que versan o hacen referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, **147** habían sido producidas en Estados Unidos (74,2%), **46** en Europa (23,2%), **2** en Iberoamérica (1%) y **3** en otras regiones (2%). Dentro de las producciones europeas (Tabla P.1aaa), Reino Unido había producido **25** (54% de las europeas, que representaba un 1,5% del conjunto de extranjeras), Italia y Francia, **10** (21,7% de las europeas, que representaba un 0,6% del conjunto de extranjeras) - respectivamente - y **1** Alemania (2,2% de las europeas, que representaba un 0,1% del conjunto de extranjeras).

De las **205** películas españolas (Tabla P.1ab), **11** producciones (5,4%) disponían de un capital notablemente extranjero (coproducciones), frente a **194** largometrajes que tenían capital puramente español (94,6%). Las regiones coproductoras de las películas españolas eran Iberoamérica, con **6** participaciones (54,5%) y Europa, con **5** (45,5%), de las que **2** eran de Reino Unido (40%) y una de Italia, Francia y Alemania, respectivamente (20%, 20% y 20%).

4.2.2 Datos temporales de la muestra



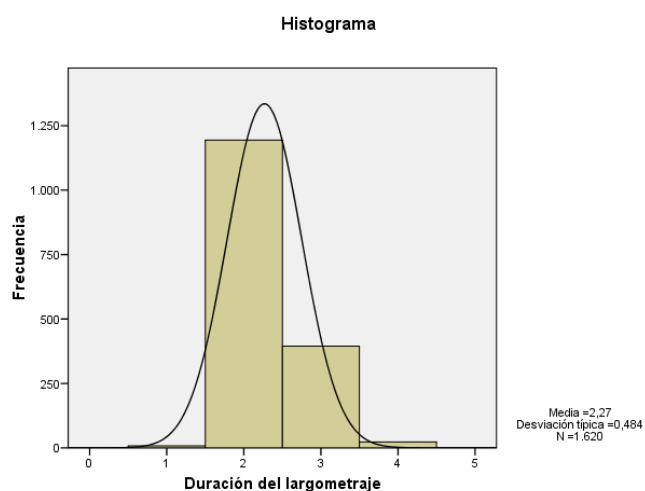
Desde la dimensión temporal (Tabla C1), la muestra refleja una asimetría a la izquierda del histograma, con una tendencia creciente: a mayor proximidad en el tiempo, mayor número de películas analizadas. Los datos de la muestra referidos al año de comercialización

del largometraje, han sido agrupados en intervalos para una mejor utilización. En total, se han identificado **8** intervalos. El primero, aglutina todas las películas producidas hasta 1940, debido a la baja universalización del cine como medio de comunicación social hasta esta década. A partir de esta fecha, se contabiliza en intervalos con una anchura de **10** años, hasta 2009, año de entrega de la tesis.

Según los datos estadísticos del muestreo, el año que más películas ha ofrecido a este estudio ha sido 2007 (moda), mientras que la media y la mediana ha rondado los años 1987 y 1997, respectivamente. Debido a la asimetría intensa a la izquierda ($g = -1,018$, con lo que $g < 0$), para entender esta distribución de frecuencias, el autor considera que la mediana puede explicar mejor la muestra. Por su parte, la curtosis es de **-0,187** ($g_2 < 0$), por lo que la muestra se presenta ligeramente platicúrtica.

La desviación típica (r) es de **2,103**, lo que refleja - asimismo - una concentración de los datos, como ya hemos visto, a la izquierda. Esto explicaría, una vez más, la idea de que sobre todo, en el estudio abundan películas de reciente creación (666), entendidas como tales las producidas en el intervalo 2000-2009, representando un 41,1% del total.

4.2.3 Duración de los sujetos de la muestra



Atendiendo a la definición que el *Ministerio de Cultura* da a largometraje (como ya hemos visto en el apartado 4.1.1, «producciones audiovisuales de más de **60** minutos de duración»), podemos concluir en que prácticamente todas las obras analizadas para este estudio son consideradas largometrajes

audiovisuales, siendo las obras de **90** minutos (hora y media de duración) las que más se repiten en todo el análisis (moda) y existiendo una media de **111** minutos por obra y **106** minutos de mediana en toda la muestra (Tabla C2).

Los datos de la muestra referidos a la duración de los sujetos, han sido agrupados en intervalos para una mejor cuantificación. En total, se han identificado **4** intervalos - con un ancho de **60** minutos - atendiendo a las obras de hasta una hora de duración, dos horas, tres horas y más de tres horas de duración.

La desviación típica (σ) es de **0,484**, lo que refleja una concentración de los datos a la derecha del gráfico de la muestra. Esto explicaría cómo en el estudio abundan – sobre todo - películas de dos o más horas de duración (**1194** producciones de entre una y dos horas y **395** largometrajes de más de dos horas pero menos de tres horas de duración), que conforman el 98,1% de la muestra. Asimismo, existe una asimetría intensa a la derecha en el gráfico de la muestra ($g = 1,287$, ya que $g > 0$) y una curtosis de **0,925** ($g_2 > 0$), que refleja un histograma con presencia leptocurtica.

4.2.4 Datos temáticos de la muestra

Según el análisis del género cinematográfico principal de la película (Tabla P.1), de las **403** películas que versan o hacen referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, el *Cine Histórico-Peplum*, cuenta en la muestra con **100** largometrajes (24,8%); *Comedias*, con **84** (20,8%); *Cine de suspense, thriller o terror*, con **70** (17,4%); *Drama*, con **64** (15,9%); *Cine de acción, aventura o CCFF*, con **41** (10,2%); *Cine bélico*, con **19** (4,7%); *Cine del Oeste*, con **12** (3,0%); *Cine de animación*, con **7** (1,7%) y *Cine Documental*, con **6** (1,5%) (Tabla P.1b).

De estos datos, es interesante conocer qué películas españolas y extranjeras conforman cada uno de los subgrupos de análisis. Así, según la Tabla P.1b/P.1a, concluimos que en relación a las producciones de *Cine Histórico-Peplum* (100 largometrajes, un 24,8%) **54** películas eran extranjeras y **46** eran españolas; *Comedias* (84 largometrajes, un 20,8%) **26** películas eran extranjeras y **58** eran españolas; *Cine de suspense, thriller o terror* (70 largometrajes, un 17,4%) **36** películas eran extranjeras y **34** eran españolas; con 70 (17,4%); *Drama* (64 largometrajes, un 15,9%) **21** películas eran extranjeras y **43** eran españolas; *Cine de acción aventura o CCFF* (41 largometrajes, un 10,2%) **35** películas eran extranjeras y **6** era español; *Cine bélico* (19 largometrajes, un 4,7%) **10** películas eran extranjeras y **9** eran españolas; *Cine del Oeste* (12 largometrajes, un 3%) **10** películas eran extranjeras y **2** eran españolas; *Cine de animación* (7 largometrajes, un 1,7%), **4** películas eran extranjeras y **3** eran españolas y *Cine Documental* (6 largometrajes, un 1,5%), **4** películas eran extranjeras y **2** eran españolas.

Según el análisis del género cinematográfico secundario de la película (Tabla P.1c), de las **403** películas que versan o hacen referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, el *Drama*, con **172** largometrajes (42,7%); *Cine de suspense, thriller o terror*, con **102** (25,3%); *Cine de acción, aventura o CCFF*, con **78** (19,4%); *Comedia*, con **22** (5,5%); *Cine Histórico-Peplum*, con **4** (1%) y *Cine bélico, del Oeste y Musical*, con **3** - respectivamente - (0,7% cada uno). *Otros*, cuenta con **16** (4%) producciones.

Según la Tabla P.1c/P.1a, en relación a las producciones de *Drama* (172 largometrajes, un 42,7%), **77** películas eran extranjeras y **95** eran españolas; *Cine de suspense, thriller o terror* (102 largometrajes, un 25,3%) **47** películas eran extranjeras y **55** eran españolas; *Cine de acción, aventura o CCFF* (78 largometrajes, un 19,4%) 56 películas eran extranjeras y **22** eran españolas; con **70** (17,4%); *Comedia* (22 largometrajes, un 5,5%) 12 películas eran extranjeras y **10** eran españolas; *Cine Histórico-Peplum* (4 largometrajes, un 1%) **2** películas eran extranjeras y **2** eran españolas; *Cine bélico* (3 largometrajes, un 0,7%), **1** película era extranjera y **2** eran españolas; *del Oeste* (3 largometrajes, un 0,7%), **3** películas eran extranjeras y ninguna española y *Musical* (3 largometrajes, un 0,7%), ninguna era extranjera y **3** eran españolas. *Otros*, que cuenta con **16** (4%) producciones, son en todo momento españolas.

4.2.5 España en la muestra

Como se apreciaba anteriormente, se han analizado un total de **1620** películas (Tabla P.1), de las que **1217** (75,1%) no versaban o hacían referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, frente a **403** (24,9%) que sí lo hacía. De estas últimas, **205** largometrajes (50,9%, un 12,7% del total) eran de origen español y **198** (49,1%, un 12,2% del total), producciones extranjeras (Tabla P.1a).

a) *España como escenario internacional*

De las **403** (24,9% de la muestra) obras en las que se hace referencia a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, en **337** (83,6%) España aparece directamente tratada, bien como un escenario internacional en el que contar una historia (Tabla P.2a: 227 ocasiones, un 56,3%), como un sujeto internacional que interactuaba con otros actores y sujetos internacionales (Tabla P.2b: 66 ocasiones, un 16,4%), a través de símbolos de identidad nacionales (Tabla P.2c: 235 ocasiones, un 58,3%), mediante la mención de una región española (Tabla P.2d: 241 ocasiones, un 59,8%) o a través de

menciones a ciudadanos españoles (Tabla P.2e: 266 ocasiones, un 66%). Debido a que su presencia se puede deber a uno a varios de estos factores a la vez, estas estadísticas no son acumulativas.

De las **227** obras en las que España aparece como un escenario internacional en el que contar una historia (Tabla P.2aa), **31** (13,7%) muestran una España bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **26** (11,5%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **12** (5,3%) bajo la imagen de la dictadura franquista, **11** (4,8%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y en **147** (64,8%), aparece una España sin rasgos ni estereotipos que indiquen su presencia en alguna de las anteriores variables.

Cabe señalar que según Tabla P.2aa/P.1a, de estas **227** producciones, **187** (82,3%) largometrajes eran españoles y **40** (17,6%) obras eran extranjeras. **18** (9,6%) películas españolas mostraban una España bajo la *Leyenda Negra*, frente a **13** (32,5%) extranjeras; **12** (6,4%) películas españolas presentaban una España bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, frente a **14** (35%) extranjeras; **4** (2,1%) películas españolas mostraban una España bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, frente a **7** (17,5%) extranjeras y **8** (4,2%) largometrajes españoles presentaban una España bajo el paraguas de la dictadura franquista frente a **4** (%) extranjeras.

En este sentido, cabe destacar que de estos **227** largometrajes en los que España aparece como un escenario internacional en el que contar una historia (Tabla P.2ab y P.2aba), en sólo **52** (23,6%) ocasiones, España se relaciona con otras potencias: en **29** (55,8%) ocasiones con potencias europeas (Tabla P.2abaa), siendo Francia (con 8 apariciones, un 27,6%), Reino Unido (con 7 apariciones, un 24,1%) e Italia (con 3 apariciones, un 10,3%) los países europeos con los que España más relación ha tenido y apareciendo **11** (37,9%) potencias europeas menos relevantes con las que España también se ha visto relacionada; en **9** (17,3%) ocasiones con Estados Unidos; en **6** ocasiones con potencias árabes (11,5%) o iberoamericanas (11,5%) y en **1** ocasión con varias regiones mundiales a la vez (1,9%) o con otras potencias.

Cabe señalar que según Tabla P.2ab/P.1a, de estas **52** producciones, **23** (%) largometrajes eran españoles y **29** (%) obras eran extranjeras. De las producciones españolas, España se relaciona en primer lugar con potencias europeas: **15** (65,2%) y

con **4** (17,4%) árabes, relacionándose sólo **1** (4,3%) vez con potencias iberoamericanas, estadounidenses, de otras regiones o suma de varias. Sin embargo, aunque en las producciones extranjeras, las relaciones de España como escenario internacional con las potencias europeas son parecidas (14, un 48,3%), se potencian más los vínculos con Iberoamérica (5, un 17,2%). Las relaciones con el mundo árabe disminuyen a **2** (6,9%) ocasiones e igualmente, sólo **1** (3,4%) vez se relaciona con potencias iberoamericanas, estadounidenses, de otras regiones o suma de varias.

En las relaciones europeas, las películas españolas aparecen más vínculos con Reino Unido (5, un 33,3%), Francia (3, un 20%) o Italia (1, un 6,6%) frente a las **5** (35,7%) relaciones con Francia mostradas en los largometrajes extranjeros y los **2** (14,9%) con Reino Unido o Italia. Alemania, quedaría exenta en ambas y las menciones a otros países europeos serían 6 (40%) para las españolas y 5 (35,7%) para las extranjeras.

De igual modo, cabe señalar que de estos **227** largometrajes en los que España aparece como un escenario internacional en el que contar una historia (Tabla P.2ac), en **18** (7,9%) ocasiones, España aparece como una potencia víctima, en **16** (7%) ocasiones aparece como una potencia perseguidora y en **1** sólo ocasión como potencia salvadora. En **192** (84,6%) ocasiones su presencia no se refiere a un rol de potencia perseguidora, víctima o salvadora.

Cabe señalar que según Tabla P.2ac/P.1a, de estas **227** producciones, **187** (82,3%) largometrajes eran españoles y **40** (17,6%) obras eran extranjeras. España aparecía como potencia perseguidora en **4** (2,1%) obras españolas frente a **12** (30%) obras extranjeras; como potencia salvadora en ninguna película española y en **1** (2,5%) película extranjera y como potencia víctima en **7** (3,7%) largometrajes españoles y en **11** (27,5%) largometrajes extranjeros. España, aglutinaba otros papeles ajenos a estos tres roles en **176** (94,1%) obras españolas, frente a **16** (40%) extranjeras.

La presencia de España en estos **227** largometrajes en los que aparece como un escenario internacional en el que contar una historia (Tabla P.2ad), surge en **199** (87,7%) ocasiones como parte de una trama principal, en **15** (6,6%) ocasiones como parte de una trama secundaria y en **13** (5,7%) ocasiones, como parte de una trama

circunstancial. España aparecía como parte de una trama principal en **183** (97,8%) películas españolas, frente a **16** (40%) extranjeras; como parte de una trama secundaria en **4** (2,1%) obras españolas, frente a **11** (27,5%) extranjeras y como parte de una trama circunstancial en ninguna producción española y en **13** (32,5%) extranjeras.

Y precisamente, como escenario internacional (Tabla P.2ae), España aparece en **14** (6,2%) ocasiones como país que no consigue sus objetivos frente a **2** (0,9%) ocasiones en que sí los consigue y en **211** (93%) ocasiones, aparece como un país en el que ni sí ni no se consiguen sus objetivos. España no consigue sus objetivos en ninguna película española, frente a **2** (5%) películas extranjeras en las que sí los consigue. Por el contrario, en **2** (1,1%) producciones españolas no los consigue, frente a **12** (30%) extranjeras en las que tampoco lo hace. En **185** (98,9%) largometrajes españoles, ni sí ni no consigue sus objetivos, frente a **26** (65%) largometrajes extranjeros.

b) España como sujeto internacional

De las **66** obras en las que España se presenta como sujeto internacional que interactuaba con otros actores y sujetos internacionales (Tabla P.2ba), **29** (45,3%) muestran una España bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **6** (9,4%) bajo la imagen de la dictadura franquista, **5** (7,8%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y **3** (4,7%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla* y en **21** (32,8%) aparece una España sin rasgos ni estereotipos que indiquen su presencia en alguna de las anteriores variables.

Cabe señalar que según Tabla P.2ba/P.1a, de estas **66** producciones, **29** (44%) largometrajes eran españoles y **37** (56%) obras eran extranjeras. **10** (34,5%) películas españolas mostraban una España bajo la *Leyenda Negra* frente a **19** (51,3%) extranjeras, **2** (6,9%) películas españolas presentaban una España bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla* frente a **1** (2,7%) extranjeras, **2** (6,9%) películas españolas mostraban una España bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, frente a **3** (8,1%) extranjeras y **2** (6,9%) largometrajes españoles presentaban una España bajo el paraguas de la dictadura franquista frente a **4** (10,8%) extranjeras.

En este sentido, cabe destacar que de estos **66** largometrajes en los que España aparece como un escenario internacional en el que contar una historia (Tabla P.2bb y P.2bba), en sólo **36** (52,2%) ocasiones, España se relaciona con otras potencias: en **16** (44,4%) ocasiones con potencias europeas (Tabla P.2bba), siendo Francia (con 4 apariciones, un 23,5%), Reino Unido (con 3 apariciones, un 17,6%), Italia (con 2 apariciones, un 11,8%) y Alemania (con 1 apariciones, un 5,9%) los países europeos con los que España más relación ha tenido y apareciendo **6** (35,3%) potencias europeas menos relevantes con las que España también se ha visto relacionada; en **9** ocasiones con Iberoamérica (25%); en **7** ocasiones con Estados Unidos (19,4%) y **2** con países árabes (5,6%) y en **1** ocasión con varias regiones mundiales a la vez (5,9%) o con otras potencias.

Cabe señalar que según Tabla P.2bbaa/P.1a, de estas **36** producciones, **10** (27,7%) largometrajes eran españoles y **26** (72,2%) obras eran extranjeras. De las producciones españolas, España se relaciona en primer lugar con potencias europeas: **7** (70%), **2** (20%) con potencias árabes, y **1** (10%) con potencias iberoamericanas y no relacionándose ni con Estados Unidos ni con otras potencias. Sin embargo, aunque en las producciones extranjeras, las relaciones de España como escenario internacional con las potencias europeas son parecidas (9, un 34,6%), se potencian más los vínculos con Iberoamérica (8, un 30,7%) y con Estados Unidos (7, un 27%), aparecen **2** (7,7%) vínculos con otras potencias y ninguno con el mundo árabe.

En las relaciones europeas, las películas españolas aparecen más vínculos con Reino Unido (2, un 28,5%) y Francia (1, un 14,3%) e Italia (1, un 14,3%) frente a las **3** (33,3%) relaciones con Francia mostradas en los largometrajes extranjeros y **1** (11,1%) con Reino Unido, Italia o Alemania. Las menciones a otros países europeos serían **3** (42,9%) para las españolas y **3** (33,3%) para las extranjeras.

De igual modo, cabe señalar que de estos **66** largometrajes en los que España aparece como un sujeto internacional (Tabla P.2bc), en **20** (31,3%) ocasiones, España aparece como una potencia perseguidora, en **18** (28,1%) ocasiones aparece como una potencia víctima y en **3** (4,7%) ocasiones como potencia salvadora. En **23** (35,9%) ocasiones su presencia no se refiere a un rol de potencia perseguidora, víctima o salvadora. España (Tabla P.2bc/P.1a,) aparecía como potencia perseguidora en **6**

(20,7%) obras españolas frente a **14** (37,8%) obras extranjeras; como potencia salvadora en **1** (3,4%) película española y en **2** (5,4%) películas extranjeras y como potencia víctima en **9** (31%) largometrajes españoles y en **9** (24,3%) largometrajes extranjeros. España aglutinaba otros papeles ajenos a estos tres roles en **13** (44,8%) obras españolas, frente a **37** (%) extranjeras.

La presencia de España en estos **66** largometrajes en los que aparece como un escenario internacional en el que contar una historia (Tabla P.2bd), surge en **32** (50,8%) ocasiones como parte de una trama principal, en **20** (31,7%) ocasiones como parte de una trama circunstancial y en **10** (15,9%) ocasiones, como parte de una trama secundaria. España aparecía (Tabla P.2bd/P.1a,) como parte de una trama principal en **24** (82,7%) películas españolas, frente a **8** (21,6%) extranjeras; como parte de una trama secundaria en **5** (17,2%) obras españolas, frente a **5** (13,5%) extranjeras y como parte de una trama circunstancial en ninguna producción española y en **20** (54%) extranjeras.

Y precisamente, como sujeto internacional (Tabla P.2be), España aparece en **16** (23,2%) ocasiones como país que no consigue sus objetivos, frente a **7** (10,1%) ocasiones en que sí los consigue y en **46** (66,7%) ocasiones, aparece como un país en el que ni sí ni no se consiguen sus objetivos. España (Tabla P.2be/P.1a,) consigue sus objetivos en **5** (17,2%) películas españolas, frente a **2** (5,4%) películas extranjeras en las que sí los consigue. Por el contrario, en **2** (6,9%) producciones españolas no los consigue, frente a **14** (37,9%) extranjeras en las que tampoco lo hace. En **22** (75,8%) largometrajes españoles, ni sí ni no consigue sus objetivos, frente a **19** (51,3%) largometrajes extranjeros.

c) Símbolos de identidad, regiones y ciudadanos españoles

Como veíamos al principio de este capítulo, España aparece en **235** (58,3%) ocasiones identificada a través de símbolos de identidad nacionales (Tabla P.2c), siendo **187** (79,5%) las películas españolas y **48** (20,4%) las obras extranjeras; en **266** (66%) ocasiones a través de la mención a algún ciudadano (Tabla P.2e), siendo **188** (70,6%) las películas españolas y **78** (29,3%) las obras extranjeras y en **241** (59,8%) ocasiones a

través de menciones a alguna región española (Tabla P.2d y P.2da), siendo **184** (76,6%) las películas españolas y **57** (23,6%) las obras extranjeras.

Madrid (con 118 apariciones, un 49%) aparecía en **107** (90,6%) largometrajes españoles y en **11** (9,3%) largometrajes extranjeros; Andalucía (con 29 apariciones, un 12%) aparecía en **20** (68,9%) obras españolas y **9** (31%) obras extranjeras; Castilla y León (con 18 apariciones, un 7,5%) aparecía en **14** (77,7%) producciones españolas y en **4** (22,2%) extranjeras; Cataluña (con 16 apariciones, un 6,6%) aparecía en **7** (43,7%) películas españolas y en **9** (56,2%) películas extranjeras; País Vasco (con 11 apariciones, un 4,6%) aparecía en **7** (63,6%) obras españolas y **4** (36,3%) extranjeras y Castilla-La Mancha (con 10 apariciones, un 4,1%) aparecía en **8** (80%) largometrajes españoles y en **2** (20%) extranjeros. Todas estas regiones obtenían más de diez apariciones en la muestra de análisis (Tabla P.2da/P.1a).

4.2.6 Los outputs e inputs españoles en la muestra

De los **403** (24,9% de la muestra) películas que versaban o hacían referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, en **309** (76,4%) producciones se trataban los outputs (298, un 96,4%) e inputs (11, un 3,6%) españoles (Tabla P.3 y P.3a). De las **309** obras, **193** (62,4%) eran españolas y **116** (37,5%) extranjeras. De los **298** outputs, **193** (64,7%) aparecían en películas españolas y **105** (35,2%) en películas extranjeras; ninguna obra española representaba a inputs españoles y los **11** (100%) existentes, provenían de largometrajes extranjeros.

De estos **309** largometrajes (Tabla P.3b), **53** (17,2) producciones se referían a la *Leyenda Negra*, **42** (13,6%) a la *Leyenda Amarilla*, **35** (11,3%) a la *Leyenda Blanca*, **13** (4,2%) a la dictadura franquista y **166** (53,7) a otras imágenes sobre España. La *Leyenda Negra* aparecía en **16** (30,2%) películas españolas y en **37** (69,8%) extranjeras. La *Leyenda Amarilla* aparecía en **12** (28,6%) ocasiones en películas españolas y en **30** (71,4%) películas extranjeras. La *Leyenda Blanca* aparecía en **6** (17,2%) producciones españolas y en **29** (82,8%) extranjeras. La dictadura franquista aparecía en **9** (69,2%) ocasiones en películas españolas y **4** (30,7%) en películas extranjeras. En **150** (90,4%)

ocasiones, los outputs e inputs españoles se mostraban bajo otro tipo de imágenes, frente a **16** (9,4%) ocasiones en películas extranjeras.

Dentro de los **298** outputs identificados, **248** (83,2%) se refieren a elementos culturales, **15** (5%) a la emigración española, **13** (4,4%) al turismo, **12** (4%) a la exportación de bienes y servicios, **3** (1%) a la inversión española, **3** (1%) a varios de ellos y **4** (1,3%) a otro tipo de outputs.

De estos outputs, **193** (64,7%) eran mostrados en producciones españolas y **105** (35,2%) en obras extranjeras (Tabla P.3/P.1a). En cuanto a los largometrajes españoles mostraban elementos culturales en **188** (97,5%) ocasiones, en **2** (1,1%) ocasiones emigración y en **2** (1,1%) ocasiones también turismo nacional. Por el contrario, las producciones extranjeras mostraban en **60** (57,1%) ocasiones elementos culturales, en **13** (12,4%) emigración española, en **12** (11,4%) exportación de bienes y servicios y en **3** (2,8%) – respectivamente – ocasiones: inversiones españolas, otros outputs o varios de ellos (Tabla P.3ab/P.1a).

Con respecto a los outputs culturales (15, un 15%), **12** (4,8%) apariciones se referían a pintura, **10** (4%) se referirían a folclore, **7** (2,8%) a terrorismo, **7** (2,8%) a religión, **6** (2,4%) a literatura, **6** (2,4%) a la tauromaquia, **4** (1,6%) a la lengua, **4** (1,6%) a la arquitectura española, **3** (1,2%) al deporte, **2** (0,8%) a la música y **1** (0,4) a la gastronomía. **184** (74,2%) se refería a otros outputs españoles y **2** (0,8%) se refieren a la mezcla de varios de ellos (Tabla P.3ab).

De ellos, **188** (75,8%) menciones correspondían a películas españolas y **60** (24,2%) a películas extranjeras (Tabla P.3ab/P.1a). En las películas españolas, en **177** (94,2%) ocasiones se mostraban otros outputs españoles, en **5** (2,7%) ocasiones surgían elementos relacionados con el terrorismo, en **4** (2,3%) ocasiones elementos literarios y en **2** (1,1%) ocasiones, elementos religiosos. Por el contrario, en las películas extranjeras aparecía en **12** (20%) ocasiones elementos relacionados con la pintura española, en **10** (16,6%) ocasiones elementos relacionados con el folclore y en orden descendente: **7** (11,6%) otros outputs no catalogados en el estudio, **6** (10%) tauromaquia, **5** (8,3%) religión, **4** (6,6%) arquitectura, **4** (6,6%) lengua, **3** (5%) deporte, **2** (3,3%) terrorismo, **2** (3,3%) música, **2** (%) literatura y **1** (%) gastronomía.

Con respecto a los outputs turísticos (13, un 4,4%), **6** (46,2%) se referían a turismo de sol y playa, **2** (15,4%) a turismo cultural, deportivo o de conciertos, **2** (15,4%) a turismo de negocios, reuniones o congresos, **2** (15,4%) a turismo exclusivo o de lujo y **1** (7,7%) a turismo verde, agrario o rural (Tabla P.3abc). De las **13** ocasiones en el que el turismo aparecía como un output español, en **2** (15,4%) ocasiones aparecían en películas españolas y **11** (84,6%) en películas extranjeras (Tabla P.3abc/P.1a). El turismo de sol y la playa aparecía en **2** (100%) ocasiones en películas españolas y **4** (36,4%) en películas extranjeras. El turismo verde, agrario o rural aparecía sólo **1** (9,1%) vez y ocurría en películas extranjeras, el turismo cultural, deportivo o de conciertos ocurría en sólo **2** (18,9%) ocasiones en películas extranjeras, como ocurría en turismo de negocios, reuniones o de congresos o en el turismo exclusivo o de lujo.

Dentro de los **11** inputs identificados, **4** (36,4%) clasificaciones se refieren al Turismo, **4** (36,4%) a la inversión extranjera y **3** (27,3%) a la importación de bienes y servicios. Referido al turismo, aparecen **3** (75%) identificaciones a turismo cultural, deportivo o de conciertos y **1** (25%) a turismo de sol y playa (Tabla P.3aa). En este sentido, todos los inputs eran extranjeros, no existiendo ninguno español

De las **309** (76,4%) películas que versaban o hacían referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, **243** (78,6%) se relacionaban con alguna región respecto a **66** (21,4%) que no lo hacía (Tabla P.3c). De las **243** que se relacionaban con alguna región **118** (48,6%) lo hacía con Madrid, **38** (15,6%) con Andalucía, **18** (7,4%) con Castilla y León, **13** (5,3%) con País Vasco y **10** (2,1%) con Cataluña. El resto de regiones no superaban las **10** menciones en esta muestra de estudio (Tabla P.3ca).

De estas **243** producciones, en **184** (75,7%) ocasiones, la película era de origen español, frente a **59** (24,3%) ocasiones en las que la película era de origen extranjero (Tabla P.3c/P.1a). En **9** (15,3%) películas extranjeras sí aparecía alguna región relacionada, frente a **57** (84,7%) en que no aparecía. En las películas de origen español, Madrid (108, un 58,7%), Andalucía (20, un 10,9%) y Castilla y León (14, un 7,7%) son las regiones que más presencia tienen (igual o más de 10 apariciones), sin embargo, en las películas extranjeras, son Andalucía (20, un 33,9%) y Madrid (10, un 16,9%) las

regiones que superaban las **10** ocasiones en las que aparecen en la muestra (Tabla P.3ca/P.1a).

De estas **309** películas **89** (28,8%) producciones se relacionaban con algún país, frente a **221** (71,5%) que no lo hacía (Tabla P.3d). Las relaciones internacionales, se basaban principalmente con potencias europeas (42, un 47,2%), con Estados Unidos (25, 28,1%), países iberoamericanos (16, un 18%), con naciones árabes (5, un 5,6%) y 1 (1,1%) con otras regiones (Tabla P.3da).

De estas **89** películas, en **20** (22,5%) ocasiones, la película era de origen español, frente a **69** (77,5%) ocasiones en las que la película era de origen extranjero (Tabla P.3d/P.1a). En las películas de origen español, aparecían vínculos con potencias europeas en **14** (70%) ocasiones, con países árabes en **3** (15%) ocasiones, con naciones iberoamericanas en **2** (10%) ocasiones y con Estados Unidos en **1** (5%) ocasión. Sin embargo, en las producciones extranjeras, aparecían vínculos con potencias europeas en **28** (40,6%) ocasiones, con países iberoamericanos en **14** (20,3%) ocasiones, con Estados Unidos en **2** (2,9%) ocasiones y con naciones árabes en **2** (2,9%) ocasiones, aunque en **1** (1,5%) ocasión, también aparecían vínculos con países de otras regiones (Tabla P.3da/P.1a).

De las **42** relaciones internacionales relacionadas con países europeas, **13** (31%) se referían a Francia, **10** (23,8%) a Reino Unido, **3** (7,1%) a Italia y **16** (38,1%) con otras potencias continentales (Tabla P.3daa). De estas **42** películas, en **14** (33,3%) ocasiones, la película era de origen español, frente a **28** (66,6%) ocasiones en las que la película era de origen extranjero. En las películas de origen español, aparecían vínculos con Reino Unido en **4** (28,6%) ocasiones, con Francia en **2** (14,2%) ocasiones y con Italia en **1** (7,2%) ocasión. En **7** (50%) ocasiones aparecía otro país europeo. Sin embargo, en cuanto a producciones extranjeras, en **11** (39,3%) ocasiones aparecía Francia, en **6** (21,4%) ocasiones Reino Unido y en **2** (7,1%) Italia. En **9** (32,1%) ocasiones, aparecía otro país europeo.

En el rol de esos **309** largometrajes, diferenciamos **202** (65,4%) producciones neutras, **63** (20,4%) poseen un cariz negativo y **44** (14,2%) un cariz positivo (Tabla P.3e). En **193** (62,4%) ocasiones la película era española, frente a **116** (37,5%)

apariciones en largometrajes extranjeros. En las películas de origen español, aparecían **160** (82,9%) películas con un cariz neutro, **23** (11,9%) con un cariz negativo y **10** (5,2%) con un cariz positivo. En las películas de origen extranjero, aparecían **42** (36,2%) películas con un cariz neutro, **40** (34,5%) con un cariz negativo y **34** (29,3%) con un cariz positivo (Tabla P.3e/P.1a).

De éstas, **208** (67,3%) aparecían de forma principal a lo largo de la trama, **75** (24,3%) lo hacían de forma circunstancial y **26** (8,4%) de forma secundaria (Tabla P.3f). En las películas de origen español, aparecían **189** (97,9%) películas en la que los outputs e inputs aparecían en una trama principal, en **4** (1,02%) ocasiones en una trama secundaria y ninguno en una trama circunstancial. En las películas de origen extranjero, aparecían **75** (64,6%) películas en la que los outputs e inputs aparecían en una trama circunstancial, en **22** (18,9%) ocasiones en una trama secundaria y **16** (13,8%) en una trama principal.

4.2.7 Tiempo de la historia

De los **403** (24,9% de la muestra) películas que versaban o hacían referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, **388** (96,3%) tenía una trama lineal, frente a **15** (3,7%) que no la tenía (Tabla P.4). De estas últimas, **1** (6,7%) se basaba en una *Prolepsis/Flashforward*, **4** (26,7%) en *Paréntesis/Tiempo paralelo* y **10** (66,7%) en *Analepsis/Flashback/Racconto* (Tabla P.4a).

Cabe mencionar que de las **388** películas con trama lineal, **203** (52,1%) eran españolas y **185** (47,9%) extranjeras. De igual modo, de las **15** (3,7%) películas con una trama no lineal, **2** (13,3%) eran españolas y **13** (86,6%) extranjeras (Tabla P.4/P.1a). Según su alteración cronológica y su nacionalidad (Tabla P.4a/P.1a), sólo **2** (13,3%) películas españolas poseen una alteración cronológica (*Analepsis/Flashback/Racconto*), el resto, son todas extranjeras. Por periodo de tiempo, estas **2** (13,3%) películas se ambientaban en el pasado (Tabla P.4b/P.1a).

Las **2** (13,3%) películas españolas que poseen una alteración cronológica (*Analepsis/Flasback/Racconto*) tienen, según la Tabla P.4ba/P.1a, **1** (50%) obra con un tiempo principal en la *Edad Contemporánea*, primer tercio del S. XX y **1** (50%) en la *Edad Contemporánea*, segundo tercio del S. XX y **2** (100%) obras con un tiempo secundario desarrollado en nuestros días (2000-2009).

Del resto – extranjeras – **8** (86,6%) también se ambientaban en su tiempo principal en el pasado (según la Tabla P.4ba/P.1a) y **5** (33,3%) en nuestros días (2000-2009) (Tabla P.4b/P.1a). De las películas extranjeras con alteración cronológica con una trama principal en el pasado, **3** (30%) aparecían en la *Edad Moderna*, S. XVI; **2** (20%) en un *Pasado Fantástico* y **1** (10%) en la *Edad Antigua, Época Prerromana; Edad Contemporánea*, primer tercio del S. XX y *Edad Contemporánea*, primer tercio del S. XX (Tabla P.4b/P.1a).

De las películas extranjeras, **9** (69,2%) largometrajes ambientaban su tiempo secundario en el pasado y **4** (30,7%) en nuestros días (2000-2009) (Tabla P.4c/P.1a). De las películas extranjeras con alteración cronológica con una trama secundaria en el pasado, **3** (33,3%) aparecían en la *Edad Contemporánea*, primer tercio del S. XX y **3** (33,3%) en la *Edad Contemporánea*, segundo tercio del S. XX y sólo **1** (11,1%) en la *Edad Antigua, Época Prerromana*; en la *Edad Media, Alta Edad Media* y en la *Edad Contemporánea*, primera mitad del S. XIX (Tabla P.4ca/P.1a).

Respecto a su trama principal, las **15** películas con un tiempo no lineal, desarrollaban su tiempo principal: **10** (66,7%) en el pasado y **5** (33,3%) en nuestros días (2000-2009) (Tabla P.4b). De los largometrajes ambientados en épocas pasadas, **1** (10%) era en la *Edad Antigua o Época Prerromana*; **3** (30%) en la *Edad Moderna*, S. XVI; **1** (10%) en la *Edad Contemporánea*, S. XVIII; **2** (20%) en la *Edad Contemporánea*, primer tercio del S. XX; **1** (10%) en la *Edad Contemporánea*, segundo tercio del S. XX y **2** (20%) en un pasado fantástico (Tabla P.4ba).

Respecto a su tiempo secundario: **9** (60%) se ambientaban en el pasado y **6** (40%) en nuestros días (2000-2009) (Tabla P.4c). De los largometrajes ambientados en épocas pasadas, **1** (11,1%) lo hacía en la *Edad Antigua o Época Prerromana*; **1** (11,1%) en la *Edad Media o Alta Edad Media*; **1** (11,1%) en la *Edad Contemporánea*, primera

mitad del S. XIX; **3** (33,3%) en la *Edad Contemporánea*, segundo tercio del S. XX y **3** (33,3%) en la *Edad Contemporánea*, tercer tercio del S. XX (Tabla P.4ca).

Con respecto a los largometrajes con un tiempo lineal, **265** (68,1%) películas se ambientaban en el pasado, **122** (31,4%) en nuestros días (2000-2009) y **2** (0,5%) en el futuro (Tabla P.4d). Con respecto a estas últimas, **1** (50%) largometraje se basa en un futuro inmediato (2010-2015) y **1** (50%) largometraje en un futuro próximo (2015-2030) (Tabla P.4db).

Con respecto a las películas basadas en el pasado: **1** (0,4%) lo hacía en la *Prehistoria*; **1** (0,4%) en la *Edad Antigua o Época prerromana*; **8** (3%) en la *Edad Antigua* o en *Época Romana*; **3** (1,1%) en la *Edad Media* o *Alta Edad Media*; **9** (3,4%) en la *Edad Media* o *Baja Edad Media*; **22** (8,3%) en la *Edad Moderna*, S. XVI; **20** (7,5%) en la *Edad Moderna*, S. XVII; **3** (1,1%) en la *Edad Contemporánea*, S. XVIII; **16** (6%) en la *Edad Contemporánea*, primera mitad del S. XIX; **30** (11,3%) en la *Edad Contemporánea*, segunda mitad del S. XIX; **18** (6,8%) en la *Edad Contemporánea*, primer tercio del S. XX; **36** (13,6%) en la *Edad Contemporánea*, segundo tercio del S. XX; **96** (36,2%) en la *Edad Contemporánea*, tercer tercio del S. XX; **2** (0,8%) en un pasado fantástico (Tabla P.4da).

4.2.8 Espacio de la historia

De los **403** (24,9% de la muestra) películas que versaban o hacían referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, **229** (56,8%) se desarrollaban en España frente a **174** (43,2%) que no lo hacía. De entre las primeras, en **198** (86,5%) ocasiones España aparece como parte de una trama principal, en **18** (7,9%) ocasiones como parte de una trama secundaria y en **13** (5,7%) ocasiones, de forma circunstancial.

Según la Tabla P.5/P.1a, de las **229** (56,8%) películas que se desarrollaban en España, **186** (81,2%) eran españolas y **43** (18,8%) extranjeras. De las primeras, según la Tabla P.5/P.1a, **184** (98,9%) largometrajes su presencia es principal y en **2** (1,1%)

secundaria. Del segundo grupo, **16** (37,2%) obras tienen una presencia secundaria, **14** (32,5%) principal, y **13** (30,2%) circunstancial.

Sin embargo, de esas **229** películas en que la trama se desarrolla en España, sólo en **195** (85,2%) se desarrolla en exclusiva ya que en **34** (14,8%) largometrajes, España comparte protagonismo con otros países. De estas últimas, **14** (41,2%) tenían como otra región principal a Europa, **7** (20,6%) Estados Unidos, **6** (17,6%) varias regiones, **5** (14,7%) Iberoamérica y **2** (5,9%) el Mundo Árabe. Dentro del conjunto europeo, Francia aparecía en **7** (50%) ocasiones, frente a Italia o Reino Unido, que aparecían en **1** (7,1%) ocasión. En **4** (28,6%) ocasiones aparecían otras regiones europeas y en **1** (7,1%) ocasión, varios de ellos a la vez.

De las **229** películas que se desarrollaban en España, **186**, según la Tabla P.5a/P.1a, **184** (99%) largometrajes tenían una presencia en exclusiva en España y en **2** (1%) compartían presencia con otros países: **1** (50%) con el Mundo Árabe y **1** (50%) con países europeos. De las **43** (5,7%) películas extranjeras que se desarrollaban en España, **11** (25,5%) largometrajes tenían una presencia en exclusiva en España y en **32** (74,5%) compartían presencia con otros países: **13** (40,6%) con países europeos (Según la Tabla P.5baa/P.1a: **7** (53,8%) en Francia, **3** (23%) en otros países, **1** (5,7%) en Reino Unido, Italia o en varios países a la vez), **7** (21,8%) con EEUU, **6** (7,6%) con varios países, **5** (15,6%) con Iberoamérica y **1** (3,1%) con el Mundo Árabe (Tabla P.5ba/P.1a).

Además, de las **229** películas en que la trama se desarrolla en exclusiva en España, **34** (14,8%) tienen un cariz negativo para nuestro país frente a **22** (9,6%) largometrajes con un perfil positivo, **12** (5,2%) neutros y **161** (70,3%) que se engloban en otras catalogaciones. Visto desde la óptica de las leyendas españolas estudiadas de estas **229** películas, **26** (11,4%) películas muestran una España bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **21** (9,2%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **15** (6,6%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **12** (5,2%) bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*. **155** (67,7%), no entrarían en estas catalogaciones.

Según la Tabla P.5c/P.1a, de las **186** películas españolas que se desarrollaban en España: **13** (6,9%) tienen un cariz negativo, **9** (4,8%) positivo, **5** (2,6%) neutro y **159** (85,4%) corresponden a otras clasificaciones. De las **43** (5,7%) películas extranjeras que

se desarrollaban en España: **21** (48,8%) tienen un cariz negativo, **13** (30,2%) positivo, **7** (16,2%) neutro y **2** (4,6%) corresponden a otras clasificaciones.

Según la Tabla P.5d/P.1a, de las **186** películas españolas que se desarrollaban en España: **14** (7,5%) se desarrollaban bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **7** (3,7%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **7** (3,7%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y **8** (18,6%) bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **150** (80,6%) obras permanecen al margen de esta clasificación. De las **43** películas extranjeras que se desarrollaban en España: **12** (27,9%) se desarrollaban bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **14** (32,5%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **8** (18,6%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y **4** (9,3%) bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **5** (11,6%) obras permanecen al margen de esta clasificación.

De las **229** películas en que la trama se desarrolla en España, **199** (86,9%) se desarrollan en la *Madre Patria* presente (península, archipiélagos y plazas de soberanía), **27** (11,8%) en la *Madre Patria* pretérita (península, archipiélagos y plazas de soberanía), **2** (0,9%) a bordo de naves o aeronaves españolas y **1** (0,4%) en colonias españolas.

Según la Tabla P.5e/P.1a, de las **186** películas españolas que se desarrollaban en España: **15** (8%) se desarrollaban en la *Madre Patria* pretérita (península, archipiélagos y plazas de soberanía) y **171** (92%) en la *Madre Patria* presente (península, archipiélagos y plazas de soberanía). De las **43** películas extranjeras que se desarrollaban en España: **1** (2,3%) se desarrollaba en en las colonias españolas, **2** (4,6%) se desarrollaban a bordo de naves o aeronaves españolas, **12** (28%) se desarrollaban en la *Madre Patria* pretérita (península, archipiélagos y plazas de soberanía) y **28** (65,1%) en la *Madre Patria* presente (península, archipiélagos y plazas de soberanía).

De las **27** obras que se desarrollan en la *Madre Patria Pretérita*, **11** (40,7%) se desarrollan en la *Corona de Castilla*, **7** (25,9%) en la *España Imperial de los Austria* y **7** (25,9%) en la *España Imperial de los Borbón* y **1** (3,7%) en las provincias de la España grecorromana y **1** (3,7%) la *Corona de Aragón*.

Según la Tabla P.5ea/P.1a, de las **27** obras que se desarrollaban en la *Madre Patria Pretérta*, **15** (55,5%) películas eran españolas y se desarrollaban **8** (53,3%) en la *Corona de Aragón*, **5** (33,3%) en la *España Imperial de los Austria* y **2** (13,3%) en la *España Imperial de los Borbón*. Entre las **12** (44,5%) extranjeras: **1** (8,3%) en las provincias de la *España Grecorromana*, **3** (25%) en la *Corona de Castilla*, **1** (8,3%) se desarrollan en la *Corona de Aragón*, **2** (16,6%) en la *España Imperial de los Austria* y **5** (41,6%) en la *España Imperial de los Borbón*.

De las **199** obras que se desarrollaban en la *Madre Patria Presente* (península, archipiélagos y plazas de soberanía): **116** (58,3%) en Madrid, **23** (11,6%) en Andalucía, **10** (5%) en País Vasco, **10** (5%) en Cataluña, **9** (4,5%) en Castilla y León, **6** (3%) en Castilla-La Mancha, **4** (2%) en Asturias, **4** (2%) en Navarra, **3** (1,5%) en Valencia, **3** (1,5%) en Baleares, **1** (0,5%) en Ceuta y Melilla y **1** (0,5%) en Gibraltar.

Según la Tabla P.5eb/P.1a, de las **199** obras que se desarrollaban en la *Madre Patria Presente*, **171** películas eran españolas y se desarrollaban **106** (59,8%) en Madrid, **20** (11,3%) en Andalucía, **8** (4,5%) en Castilla y León, **7** (3,9%) en Cataluña y País Vasco, **5** (2,8%) en Castilla-La Mancha, **4** (2,25%) en Asturias, **3** (1,7%) en Valencia, **2** (1,1%) en Baleares y Navarra, **1** (0,5%) en Ceuta y Melilla y **4** (2,25%) en otras regiones no catalogadas. Entre las **28** extranjeras: **20** (51,4%) en Andalucía, **10** (35,7%) en Madrid, **1** (3,5%) en Castilla y León, **3** (10,7%) en Cataluña, **3** (10,7%) País Vasco, **1** (3,5%) en Castilla-La Mancha, **1** (3,5%) en Baleares, **2** (7,1%) Navarra y **3** (10,7%) en varias regiones.

4.2.9 Análisis de los personajes

De las **403** (24,9% de la muestra) películas que versaban o hacían referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, en **268** (66,5% de 403 y 16,5% de la muestra) largometrajes existía algún personaje que interpretaba a un ciudadano español (Tabla P.6). De ellas (268), **194** (72,3%) eran españolas y **74** (27,6%) extranjeras (Tabla P.6/P.1a).

Aparecían **111** (41,4% de 268 y 6,9% de la muestra) películas con personajes que interpretaban un rol de perseguidor (Tabla P.6a), **172** (64,2% de 268 y 10,6% de la muestra) un rol de salvador (Tabla P.6b), **185** (69% de 268 y 11,4% de la muestra) un rol de víctima (Tabla P.6c) y **208** (77,9% de 268 y 12,8% de la muestra) personajes circunstanciales españoles (Tabla P.6d).

De las **111** películas que mostraban el rol de perseguidor, **90** (81%) eran españolas y **21** (19%) extranjeras (Tabla P.6a/P.1a). De las **172** películas que mostraban un rol de salvador, **157** (91,1%) eran españolas y **15** (8,9%) extranjeras (Tabla P.6b/P.1a). De las **185** películas que mostraban un rol de víctima, **172** (93%) eran españolas y **13** (7%) extranjeras (Tabla P.6c/P.1a).

a) Papel de Perseguidor

En las **111** películas con personajes españoles que interpretaban un rol de perseguidor, aparecían un total de **154** perseguidores: **104** principales (Tabla P.6aa) y **50** secundarios (Tabla P.6ab).

En las **104** películas en las que aparecían personajes principales, **89** (85,5%) eran españolas y **15** (14,4%) extranjeras (Tabla P.6aa/P.1a). En las **50** películas en las que aparecían personajes secundarios, **36** (72%) eran españolas y **14** (28%) extranjeras (Tabla P.6ba/P.1a).

Perseguidor principal

El perseguidor principal español se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor español (87, 83,7% de 104) o europeo (10, 9,6% de 104), en su mayoría, originario de Reino Unido (4, 40% de 10) o Italia (3, 30% de 10). Alemanes (1, 10% de 10) y franceses (2, 20% de 10) también copaban un interés especial en estas interpretaciones. Otras regiones, como Estados Unidos (4, 3,8% de 104), Iberoamérica (2, 1,9% de 104) o el mundo árabe (1, 1% de 104) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.6aa, P.6aaa y P.6aaaa). El

perseguidor principal español se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **85** (97,7%) películas españolas y **2** (2,3%) extranjeras; europeo en **4** (40%) españolas y **6** (60%) extranjeras (3 en Reino Unido y 1 en Francia, Alemania e Italia, respectivamente); estadounidense en **4** (100%) películas extranjeras; iberoamericano en **2** (100%) películas extranjeras y árabe en **1** (100%) películas extranjeras (Tablas P.6aa/P.1a, P.6aaa/P.1a y P.6aaaa/P.1a).

En **88** (84,6% de 104) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **16** (15,4%) mujeres (Tabla P.6aab). De los personajes masculinos, **73** (82,9%) aparecían en películas españolas y **15** (17%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, todos eran españoles (100%). (Tabla P.6aab/P.1a).

En **17** (16,3% de 104) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **87** (83,7%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.6aac). De los personajes que conseguían sus objetivos, **15** (88,2%) aparecían en películas españolas y **2** (11,7%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **74** (85%) aparecían en películas españolas y **13** (15%) en películas extranjeras (Tabla P.6aac/P.1a).

En **16** (15,4% de 104) ocasiones, el personaje moría, frente a **88** (84,6% de 104%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.6aad). De los personajes que morían, **15** (93,7%) aparecían en películas españolas y **1** (6,2%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **74** (84%) aparecían en películas españolas y **14** (16%) en películas extranjeras. (Tabla P.6aad/P.1a).

En **99** (95,2% de 104) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **5** (4,8%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.6aae). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras (100%). Entre los personajes sin caracterización física, **89** (89,8%) aparecían en películas españolas y **15** (15,1%) en películas extranjeras (Tabla P.6aad/P.1a).

En **14** (13,5% de 104) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, siendo en un **35,7%** (5) de esos casos, relacionada con Andalucía (Tablas P.6aaf y P.6aafa), frente a **90** (86,5%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria,

5 (35,7%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas) y **9** (64,2%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **84** (93,3%) aparecían en películas españolas y **6** (6,6%) en películas extranjeras (Tablas P.6aaf/P.1a y P.6aafa/P.1a).

En **20** (19,2% de 104) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **6** (5,8%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **3** (2,9%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y **1** (1%) bajo el paraguas de de la *Leyenda Aurinegra* (Tabla P.6aag). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **9** (45%) aparecían en películas españolas y **11** (55%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **6** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **2** (66,6%) aparecían en películas españolas y **1** (33,3%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, sólo había **1** (100%) en película extranjera. (Tabla P.6aag/P.1a).

En **8** (7,7% de 104) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **96** (92,3%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.6aah y P.6aaha). El **87,5%** (7 de 8) de estas ocasiones estaba relacionada con el acento andaluz. De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **7** (87,5%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas) y **1** (12,5%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **82** (85,4%) aparecían en películas españolas y **14** (14,5%) en películas extranjeras. (Tablas P.6aah/P.1a y P.6aaha/P.1a).

Perseguidor secundario

El perseguidor secundario español se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor español (34, 68% de 50) o europeo (9, 18% de 50), en su mayoría, originario de Reino Unido (4, 44,4% de 9) o Italia (3, 33,3% de 9). Alemanes (1, 11,1% de 9) y franceses (1, 11,1% de 9) también copaban un interés especial en estas interpretaciones. Otras regiones, como Estados Unidos (2, 4% de 50), Iberoamérica (5, 10% de 50) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.6ab,

P.6aba y P.6abaa). El perseguidor secundario español se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **33** (97%) películas españolas y **1** (8,8%) extranjeras; europeo en **3** (33,3%) españolas y **6** (66,6%) extranjeras (4 en Reino Unido y 1 Alemania y 1 Italia, respectivamente); estadounidense en **2** (100%) películas extranjeras e iberoamericano en **5** (100%) películas extranjeras (Tablas P.6ab/P.1a, P.6aba/P.1a y P.6abaa/P.1a).

En **36** (72% de 50) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **14** (28%) mujeres (Tabla P.6abb). De los personajes masculinos, **24** (66,6%) aparecían en películas españolas y **12** (33,3%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **12** (85,7%) aparecían en películas españolas y **2** (14,2%) en películas extranjeras. (Tabla P.6abb/P.1a).

En **7** (14% de 50) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **43** (86%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.6abc). De los personajes que conseguían sus objetivos, **3** (42,8%) aparecían en películas españolas y **4** (57,1%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **33** (76,7%) aparecían en películas españolas y **10** (23,2%) en películas extranjeras (Tabla P.6abc/P.1a).

En **11** (22% de 50) ocasiones, el personaje moría, frente a **39** (78%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.6abd). De los personajes que morían, **5** (45,4%) aparecían en películas españolas y **6** (54,5%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **31** (79,4%) aparecían en películas españolas y **8** (20,5%) en películas extranjeras. (Tabla P.6abd/P.1a).

En **41** (82% de 50) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **9** (18%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.6abe). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras (100%). Entre los personajes sin caracterización física, **36** (87,8%) aparecían en películas españolas y **5** (12,1%) en películas extranjeras (Tabla P.6abd/P.1a).

En **13** (26% de 50) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, siendo en un **23%** (3) de esos casos, relacionada con Andalucía (Tablas P.6abf y P.6abfa), frente a **37** (74%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización.

De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **4** (30,7%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas) y **9** (69,2%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **32** (86,4%) aparecían en películas españolas y **5** (13,5%) en películas extranjeras (Tablas P.6abf/P.1a y P.6abfa/P.1a).

En **18** (36% de 50) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **5** (10%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla* y **1** (2%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* (Tabla P.6abg). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **7** (38,8%) aparecían en películas españolas y **11** (61,1%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **4** (80%) aparecían en películas españolas y **1** (20%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **1** (100%) en películas extranjeras (Tabla P.6abg/P.1a).

En **4** (8% de 50) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **46** (92%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.6abh y P.6abha). El **100%** (4 de 4) de estas ocasiones estaba relacionada con el acento andaluz. De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **4** (100%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas). De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **32** (69,5%) aparecían en películas españolas y **14** (30,4%) en películas extranjeras. (Tablas P.6abh/P.1a y P.6abha/P.1a).

b) Papel de Salvador

En las **172** películas con personajes españoles que interpretaban un rol de salvador, aparecían un total de **342** salvadores: **170** principales (Tabla P.6ab) y **172** secundarios (Tabla P.6bb). En las **104** películas en las que aparecían personajes principales, **89** (85,5%) eran españolas y **15** (24,5%) extranjeras (Tabla P.6ba/P.1a). En las **86** películas en las que aparecían personajes secundarios, **80** (93%) eran españolas y **6** (7%) extranjeras (Tabla P.6bb /P.1a).

Salvador principal

El salvador principal español se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor español (160, 94,1% de 170), estadounidense (7, 4,1% de 170) o europeo (3, 1,8% de 170), en su mayoría, originario de Reino Unido (1, 33,3% de 3) o Italia (2, 66,6% de 3) (Tablas P.6ba, P.6baa y P.6baaa). El salvador principal español se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **155** (96,8%) películas españolas y **5** (3,1%) extranjeras; europeo en **1** (33,3%) españolas y **2** (66,6%) extranjeras (1 en Reino Unido y 1 en Italia, respectivamente) y estadounidense en **7** (100%) películas extranjeras (Tablas P.6ba/P.1a, P.6baa/P.1a y P.6baaa/P.1a).

En **142** (83,5% de 170) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **28** (16,5%) mujeres (Tabla P.6bab). De los personajes masculinos, **129** (90,8%) aparecían en películas españolas y **13** (9,1%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **27** (96,4%) aparecían en películas españolas y **1** (3,6%) en películas extranjeras. (Tabla P.6bab/P.1a).

En **159** (93,5% de 170) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **11** (6,5%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.6bac). De los personajes que conseguían sus objetivos, **150** (94,3%) aparecían en películas españolas y **9** (5,6%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **6** (54,5%) aparecían en películas españolas y **5** (45,4%) en películas extranjeras (Tabla P.6bac/P.1a).

En **12** (7,1% de 170) ocasiones, el personaje moría, frente a **158** (92,9%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.6bad). De los personajes que morían, **7** (58,3%) aparecían en películas españolas y **5** (41,6%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **149** (94,3%) aparecían en películas españolas y **9** (5,7%) en películas extranjeras. (Tabla P.6bad/P.1a).

En **168** (98,8% de 170) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **2** (1,2%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.6bae). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras (2). Entre los

personajes sin caracterización física, **156** (92,8%) aparecían en películas españolas y **12** (7,1%) en películas extranjeras (Tabla P.6bad/P.1a).

En **9** (5,3% de 170) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, siendo en un **33,3%** (35) de esos casos, relacionada con Andalucía y en un **11,1%** (1) con el País Vasco (Tablas P.6baf y P.6bafa), frente a **161** (94,7%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **3** (33,3%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas) y **6** (66,6%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **153** (95%) aparecían en películas españolas y **8** (5%) en películas extranjeras (Tablas P.6baf/P.1a y P.6bafa/P.1a).

En **16** (9,4% de 170) ocasiones, la imagen mostrada del salvador principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **9** (5,3%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **4** (2,4%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y **5** (2,9%) bajo el paraguas de de la *Leyenda Aurinegra* (Tabla P.6bag). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **11** (68,7%) aparecían en películas españolas y **5** (31,2%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **7** (77,7%) aparecían en películas españolas y **2** (22,2%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **2** (50%) aparecían en películas españolas y **2** (20%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **2** (40%) aparecían en películas españolas y **3** (60%) en películas extranjeras. (Tabla P.6bag/P.1a).

En **8** (4,7% de 170) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **162** (95,3%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.6bah y P.6baha). El **100%** (8 de 8) de estas ocasiones estaba relacionada con el acento andaluz. De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **8** (100%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas). De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **148** (91,3%) aparecían en películas españolas y **14** (8,6%) en películas extranjeras. (Tablas P.6bah/P.1a y P.6baha/P.1a).

Salvador secundario

El salvador secundario español se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor español (75, 87,2% de 172) o europeo (6, 7% de 172), en su mayoría, originario de Reino Unido (1, 16,7% de 6) o Italia (5, 83,3% de 6). Otras regiones, como Estados Unidos (2, 2,3% de 172) o Iberoamérica (3, 3,5% de 172) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.6bb, P.6bba y P.6bbaa). El salvador secundario español se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **74** (98,6%) películas españolas y **1** (1,4%) extranjeras; europeo en **3** (50%) españolas y **3** (50%) extranjeras (1 en Reino Unido y 2 en Italia, respectivamente); estadounidense en **2** (100%) películas extranjeras; iberoamericano en **3** (100%) películas españolas (Tablas P.6bb/P.1a, P.6bba/P.1a y P.6bbaa/P.1a).

En **64** (74,4% de 172) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **22** (25,6%) mujeres (Tabla P.6bbb). De los personajes masculinos, **59** (92,1%) aparecían en películas españolas y **5** (7,8%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **21** (95,4%) aparecían en películas españolas y **1** (4,5%) en películas extranjeras. (Tabla P.6bbb/P.1a).

En **78** (90,7% de 172) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **8** (9,3%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.6bbc). De los personajes que conseguían sus objetivos, **75** (96,1%) aparecían en películas españolas y **3** (3,8%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **5** (62,5%) aparecían en películas españolas y **3** (37,5%) en películas extranjeras (Tabla P.6bbc/P.1a).

En **3** (3,5% de 172) ocasiones, el personaje moría, frente a **83** (96,5%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.6bbd). De los personajes que morían, **2** (66,6%) aparecían en películas españolas y **1** (33,3%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **78** (93,9%) aparecían en películas españolas y **5** (6,8%) en películas extranjeras. (Tabla P.6bbd/P.1a).

En **84** (97,7% de 172) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **2** (2,3%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.6bbe). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los

personajes sin caracterización física, **80** (95,2%) aparecían en películas españolas y **4** (4,7%) en películas extranjeras (Tabla P.6bbd/P.1a).

En **7** (8,1% de 172) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, siendo en un **57,1%** (4) de esos casos, relacionada con Andalucía (Tablas P.6bbf y P.6bbfa), frente a **79** (91,9%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **4** (57,1%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas) y **3** (42,8%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **76** (96,2%) aparecían en películas españolas y **3** (3,7%) en películas extranjeras (Tablas P.6bbf/P.1a y P.6bbfa/P.1a).

En **6** (7% de 172) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **7** (8,1%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla* y **2** (2,3%) bajo el paraguas de la *Dictadura Franquista* (Tabla P.6bbg). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **3** (50%) aparecían en películas españolas y **3** (50%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **3** (71,4%) aparecían en películas españolas y **2** (28,5%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **2** (100%) aparecían en películas españolas (Tabla P.6bbg/P.1a).

En **49** (10,5% de 172) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **77** (89,5%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.6bbh y P.6bbha). El **100%** (8 de 8) de estas ocasiones estaba relacionada con el acento andaluz. De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **8** (88,8%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas) y **1** (11,1%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **72** (93,5%) aparecían en películas españolas y **5** (6,5%) en películas extranjeras. (Tablas P.6bbh/P.1a y P.6bbha/P.1a).

c) Papel de Víctima

En las **185** películas con personajes españoles que interpretaban un rol de víctima, aparecían un total de **339** víctimas: **185** principales (Tabla P.6ca) y **128** secundarios (Tabla P.6cb). En las **185** películas en las que aparecían personajes principales, **172** (92,9%) eran españolas y **13** (7%) extranjeras (Tabla P.6ca/P.1a). En las **128** películas en las que aparecían personajes secundarios, **123** (96%) eran españolas y **5** (4%) extranjeras (Tabla P.6cb/P.1a).

Víctima principal

La víctima principal española se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor español (171, 92,4% de 185) o europeo (8, 4,3% de 185), en su mayoría, originario de Reino Unido (3, 37,5% de 8) o Italia (4, 50% de 8). Alemanes (1, 12,5% de 8) también copaban un interés especial en estas interpretaciones. Otras regiones, como Estados Unidos (4, 2,2% de 104) o Iberoamérica (2, 1,1% de 185) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.6ca, P.6caa y P.6caaa). La víctima principal española se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **168** (98,2%) películas españolas y **3** (1,7%) extranjeras; europeo en **4** (50%) españolas y **4** (50%) extranjeras (3 en Reino Unido y 1 en Italia, respectivamente); estadounidense en **4** (100%) películas extranjeras; iberoamericano en **2** (100%) (Tablas P.6ca/P.1a, P.6caa/P.1a y P.6caaa/P.1a).

En **98** (53% de 185) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **87** (47%) mujeres (Tabla P.6cab). De los personajes masculinos, **96** (97,9%) aparecían en películas españolas y **2** (2,04%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **76** (87,3%) aparecían en películas españolas y **11** (12,6%) en películas extranjeras. (Tabla P.6cab/P.1a).

En **166** (89,7% de 185) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **19** (10,3%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.6cac). De los personajes que conseguían sus objetivos, **159** (95,7%) aparecían en películas españolas y **7** (4,2%) en películas

extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **13** (68,4%) aparecían en películas españolas y **6** (31,5%) en películas extranjeras (Tabla P.6cac/P.1a).

En **16** (8,6% de 185) ocasiones, el personaje moría, frente a **169** (91,4%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.6cad). De los personajes que morían, **13** (81,2%) aparecían en películas españolas y **3** (18,7%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **159** (94,1%) aparecían en películas españolas y **10** (5,9%) en películas extranjeras. (Tabla P.6cad/P.1a).

En **180** (97,3% de 185) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **5** (2,7%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.6cae). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **172** (95,5%) aparecían en películas españolas y **8** (4,4%) en películas extranjeras (Tabla P.6cad/P.1a).

En **12** (6,5% de 185) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, siendo en un **50%** (6) de esos casos, relacionada con Andalucía (Tablas P.6caf y P.6cafa), frente a **173** (93,5%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **6** (50%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas) y **6** (50%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **166** (95,9%) aparecían en películas españolas y **7** (4,1%) en películas extranjeras (Tablas P.6caf/P.1a y P.6cafa/P.1a).

En **22** (11,9% de 185) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **22** (5,9%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **3** (1,6%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y **4** (2,2%) bajo el paraguas de de la *Leyenda Aurinegra* (Tabla P.6cag). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **14** (63,6%) aparecían en películas españolas y **8** (36,3%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **9** (81,8%) aparecían en películas españolas y **2** (18,1%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **2** (66,6%) aparecían en películas españolas y **1** (33,3%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se

mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **3** (75%) aparecían en películas españolas y **1** (25%) en películas extranjeras. (Tabla P.6cag/P.1a).

En **13** (7% de 185) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **172** (93%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.6cah y P.6caha). El **92,3%** (12 de 13) de estas ocasiones estaba relacionada con el acento andaluz. De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **13** (100%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas). De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **159** (92,4%) aparecían en películas españolas y **13** (7,5%) en películas extranjeras. (Tablas P.6cah/P.1a y P.6caha/P.1a).

Víctima secundaria

La víctima secundaria española se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor español (121, 94,5% de 128) o europeo (2,3% de 128), en su mayoría, originario de Reino Unido (1, 33,3% de 3) o Italia (2, 66,6% de 3). Otras regiones, como Iberoamérica (2, 1,6% de 128), Estados Unidos (1, 0,8% de 128) y el mundo árabe (1, 0,8% de 128) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.6cb, P.6cba y P.6cbaa). La víctima secundaria española se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **120** (99,2%) películas españolas y **1** (0,8%) extranjeras; europeo en **2** (66,6%) españolas y **1** (33,3%) extranjeras (1 en Reino Unido); estadounidense en **1** (100%) películas extranjeras; iberoamericano en **2** (100%) (Tablas P.6cb/P.1a, P.6cba/P.1a y P.6cbaa/P.1a).

En **73** (57% de 128) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **55** (43%) mujeres (Tabla P.6cbb). De los personajes masculinos, **70** (95,1%) aparecían en películas españolas y **3** (4,2%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **53** (99,6%) aparecían en películas españolas y **2** (0,4%) en películas extranjeras (Tabla P.6cbb/P.1a).

En **112** (87,5% de 128) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **16** (12,5%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.6cbc). De los personajes que conseguían sus objetivos, **111** (99,1%) aparecían en películas españolas y **1** (0,9%) en películas

extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **12** (75%) aparecían en películas españolas y **4** (25%) en películas extranjeras (Tabla P.6cbc/P.1a).

En **8** (6,3% de 128) ocasiones, el personaje moría, frente a **120** (93,8%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.6cbd). De los personajes que morían, **7** (87,5%) aparecían en películas españolas y **1** (12,5%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **116** (96,6%) aparecían en películas españolas y **1** (3,4%) en películas extranjeras. (Tabla P.6cbd/P.1a).

En **126** (98,4% de 128) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **2** (1,6%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.6cbe). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **123** (97,6%) aparecían en películas españolas y **3** (2,4%) en películas extranjeras (Tabla P.6cbd/P.1a).

En **7** (5,5% de 128) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, siendo en un **57,1%** (4) de esos casos, relacionada con Andalucía (Tablas P.6cbf y P.6cbfa), frente a **121** (94,5%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **4** (57,1%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas) y **3** (42,8%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **119** (98,3%) aparecían en películas españolas y **2** (1,7%) en películas extranjeras (Tablas P.6cbf/P.1a y P.6cbfa/P.1a).

En **13** (10,2% de 128) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **5** (3,9%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **1** (0,8%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **1** (0,8%) bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra* (Tabla P.6cbg). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **10** (76,1%) aparecían en películas españolas y **3** (23,1%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **5** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **1** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se

mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **1** (100%) en películas extranjeras. (Tabla P.6cbg/P.1a).

En **8** (6,3% de 128) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **120** (93,8%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.6cbh y P.6cbha). El **100%** (8 de 8) de estas ocasiones estaba relacionada con el acento andaluz. De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **8** (100%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas). De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **115** (95,8%) aparecían en películas españolas y **5** (4,2%) en películas extranjeras. (Tablas P.6cbh/P.1a y P.6cbha/P.1a).

d) Papel personaje circunstancial

En las **208** películas con personajes españoles que interpretaban un rol de personaje circunstancial, aparecían un total de **383** personajes circunstanciales: **201** principales (Tabla P.6da) y **182** secundarios (Tabla P.6db). En las **201** películas en las que aparecían personajes principales, **171** (85,1%) eran españolas y **30** (24,9%) extranjeras (Tabla P.6da/P.1a). Las **13** películas en las que aparecían personajes circunstanciales, eran extranjeras (Tabla P.6db/P.1a).

Personaje circunstancial principal

El personaje circunstancial principal español se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor español (175, 87,1% de 201), estadounidense (8, 4% de 201), europeo (6, 3% de 201), en su mayoría, originario de Reino Unido (3, 42,9% de 6) Francia (2, 28,6% de 6) o Alemania (1, 14,3% de 6) también copaban un interés especial en estas interpretaciones. Otras regiones, como Iberoamérica (6, 3% de 201) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.6da, P.6daa y P.6daaa). El personaje circunstancial español se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **170** (97,1%) películas españolas y **5** (2,9%) extranjeras; europeo en **1** (16,6%) españolas y **5** (83,3%) extranjeras (3 en Reino Unido y 2 en Francia y 1 en

Alemania, respectivamente); estadounidense en **8** (100%) películas extranjeras; iberoamericano en **6** (100%)(Tablas P.6da/P.1a, P.6daa/P.1a y P.6daaa/P.1a).

En **123** (61,2% de 201) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **78** (38,8%) mujeres (Tabla P.6dab). De los personajes masculinos, **104** (84,5%) aparecían en películas españolas y **19** (25,5%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **67** (85,1%) aparecían en películas españolas y **11** (84,9%) en películas extranjeras (Tabla P.6dab/P.1a).

En **176** (87,6% de 201) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **25** (12,4%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.6dac). De los personajes que conseguían sus objetivos, **166** (94,3%) aparecían en películas españolas y **10** (5,7%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **5** (20%) aparecían en películas españolas y **20** (80%) en películas extranjeras (Tabla P.6dac/P.1a).

En **9** (15,4% de 201) ocasiones, el personaje moría, frente a **192** (95,5%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.6dad). De los personajes que morían, **4** (44,4%) aparecían en películas españolas y **5** (55,5%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **167** (86,1%) aparecían en películas españolas y **25** (23,9%) en películas extranjeras. (Tabla P.6dad/P.1a).

En **188** (93,5% de 201) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **13** (6,5%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.6dae). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **171** (90,1%) aparecían en películas españolas y **17** (9,9%) en películas extranjeras (Tabla P.6dad/P.1a).

En **24** (11,9% de 201) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, siendo en un **29,2%** (7) de esos casos, relacionada con Andalucía (Tablas P.6daf y P.6dafa), frente a **177** (88,1%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **5** (20,8%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas o navarras) y **19** (79,1%) en películas extranjeras. De los personajes que no

tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **166** (93,7%) aparecían en películas españolas y **11** (6,3%) en películas extranjeras (Tablas P.6daf/P.1a y P.6dafa/P.1a).

En **24** (11,9% de 201) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **17** (8,5%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **3** (1,5%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y **5** (2,5%) bajo el paraguas de de la *Leyenda Aurinegra* (Tabla P.6dag). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **13** (54,1%) aparecían en películas españolas y **11** (45,1%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **8** (88,8%) aparecían en películas españolas y **9** (21,2%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **2** (66,6%) aparecían en películas españolas y **1** (33,3%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **2** (40%) aparecían en películas españolas y **3** (60%) en películas extranjeras. (Tabla P.6dag/P.1a).

En **13** (6,5% de 201) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **188** (93,5%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.6dah y P.6daha). El **92,3%** (12 de 12) de estas ocasiones estaba relacionada con el acento andaluz. De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **11** (84,6%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas) y **2** (25,4%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **160** (85,1%) aparecían en películas españolas y **28** (14,1%) en películas extranjeras. (Tablas P.6dah/P.1a y P.6daha/P.1a).

Personaje circunstancial secundario

El personaje circunstancial secundario español se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor español (169, 92,9% de 182) o europeo (2, 1,1% de 182), en su mayoría, originario de Reino Unido (1, 50% de 2) o Italia (1, 50% de 2). Alemanes (1, 11,1% de 2) y franceses (1, 11,1% de 2) también copaban un interés especial en estas interpretaciones. Otras regiones, como Estados Unidos (2, 1,1% de 182), el mundo árabe (2, 1,1% de 182) e Iberoamérica (1, 0,5% de 182) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.6db, P.6dba y P.6dbaa). El

personaje circunstancial secundario español se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **165** (97,6%) películas españolas y **4** (2,4%) extranjeras; europeo en **1** (50%) españolas y **1** (50%) extranjeras (1 en Reino Unido y 1 en Italia); estadounidense en **2** (100%) películas extranjeras; iberoamericano en **2** (100%) y árabe en **1** (100%) (Tablas P.6db/P.1a, P.6dba/P.1a y P.6dbaa/P.1a).

En **93** (51,1% de 182) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **89** (48,9%) mujeres (Tabla P.6dbb). De los personajes masculinos, **84** (90,1%) aparecían en películas españolas y **9** (9,9%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **82** (92,1%) aparecían en películas españolas y **7** (7,9%) en películas extranjeras. (Tabla P.6db/P.1a).

En **172** (94,5% de 182) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **10** (5,5%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.6dbc). De los personajes que conseguían sus objetivos, **162** (94,2%) aparecían en películas españolas y **10** (5,8%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **4** (40%) aparecían en películas españolas y **6** (60%) en películas extranjeras (Tabla P.6dbc/P.1a).

En **4** (2,2% de 182) ocasiones, el personaje moría, frente a **178** (97,8%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.6dbd). De los personajes que morían, **3** (75%) aparecían en películas españolas y **1** (25%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **163** (91,2%) aparecían en películas españolas y **15** (8,8%) en películas extranjeras. (Tabla P.6dbd/P.1a).

En **6** (3,3% de 182) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **176** (96,7%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.6dbe). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **166** (94,3%) aparecían en películas españolas y **10** (5,7%) en películas extranjeras (Tabla P.6dbd/P.1a).

En **16** (8,8% de 182) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, siendo en un **33,3%** (5) de esos casos, relacionada con Andalucía y un **13,3%** (16) con País Vasco (Tablas P.6dbf y P.6dbfa), frente a **166** (91,2%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna

caracterización en la indumentaria, **4** (25%) aparecían en películas españolas (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas, vascas o navarras) y **12** (75%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **162** (97,6%) aparecían en películas españolas y **4** (2,4%) en películas extranjeras (Tablas P.6dbf/P.1a y P.6dbfa/P.1a).

En **19** (10,4% de 182) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **11** (6%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla* y **4** (2,2%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **4** (2,2%) bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra* (Tabla P.6dbg). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **13** (68,5%) aparecían en películas españolas y **6** (31,6%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **7** (63,6%) aparecían en películas españolas y **4** (36,4%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **2** (50%) aparecían en películas españolas y **2** (50%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **2** (50%) aparecían en películas españolas y **2** (50%) en películas extranjeras. (Tabla P.6dbg/P.1a).

En **10** (5,5% de 182) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **171** (94%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.6dbh y P.6dbha). El **90%** (9 de 10) de estas ocasiones estaba relacionada con el acento andaluz, un **10%** (1 de 10) con acento vasco-navarro. De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **1** (100%) aparecían en películas extranjeras (todos ellos se referían a indumentarias andaluzas). De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **157** (91,8%) aparecían en películas españolas y **14** (8,2%) en películas extranjeras. (Tablas P.6dbh/P.1a y P.6dbha/P.1a).

e) Personajes implícitos

En **13** (4,9% de 268) películas aparecen personajes que implícitamente sugieren ciudadanos españoles (Tablas P.6e y P.6ea). En **7** (53,8%) ocasiones aparece con un rol

de perseguidor, **3** (23,1%) como salvador y **1** (7,7%) como víctima. En las **13** películas en las que aparecían personajes principales, **193** (%) eran españolas y **74** (%) extranjeras (Tabla P.6eb/P.1a).

El personaje implícitamente español se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor europeo (7, 53,8% de 13), en su mayoría, originario de Reino Unido (5, 71,4% de 7) y Francia (2, 28,6% de 7). Otras regiones, como Estados Unidos (3, 23,1% de 13) y el mundo árabe (1, 7,7% de 13) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.6ea, P.6eaa y P.6eaaa) y (Tablas P.6ea/P.1a, P.6eaa/P.1a y P.6eaaa/P.1a).

En **12** (92,3% de 13) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **1** (7,7%) mujeres (Tabla P.6eab) y (Tabla P.6eab/P.1a).

En **8** (61,5% de 13) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **4** (30,8%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.6eac) y (Tabla P.6eac/P.1a).

En **2** (15,4% de 13) ocasiones, el personaje moría, frente a **11** (84,6%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.6ead). En **13** (100% de 13) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física (Tabla P.6eae) y (Tabla P.6ead/P.1a).

En **10** (76,9% de 13) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, siendo en un **30%** (3) de esos casos, relacionada con Andalucía (Tablas P.6eaf y P.6eafa) y (Tablas P.6eaf/P.1a y P.6eafa/P.1a), frente a **3** (23,1%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización.

En **2** (15,4% de 13) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra* y **1** (7,7%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla* (Tabla P.6eag) y (Tabla P.6eag/P.1a).

En **3** (23,1% de 13) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **10** (93,5%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.6eah y P.6eaha) y (Tablas P.6eah/P.1a y P.6eaha/P.1a). El **100%** (3 de 3) de estas ocasiones estaba relacionada con el acento andaluz.

4.2.10 Análisis de los actores españoles

De las **403** (24,9% de la muestra) películas que versaban o hacían referencia - directamente o indirectamente - a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, en **249** (61,8% de 403 y 15,4% de la muestra) largometrajes existía algún actor español que interpretaba a un personaje (Tabla P.7). De ellas (249), **197** (79,1%) eran españolas y **52** (20,9%) extranjeras (Tabla P.7/P.1a).

Aparecían **99** (39,8% de 249 y 6,1% de la muestra) películas con actores que interpretaban un rol de perseguidor (Tabla P.7a), **170** (68,2% de 249 y 10,5% de la muestra) un rol de salvador (Tabla P.7b), **184** (73,9% de 249 y 11,3% de la muestra) un rol de víctima (Tabla P.7c) y **200** (80,3% de 249 y 12,3% de la muestra) actores circunstanciales españoles (Tabla P.7d). De las **99** películas que mostraban el rol de perseguidor, **91** (92%) eran españolas y **8** (8%) extranjeras (Tabla P.6/P.1a). De las **170** películas que mostraban un rol de salvador, **156** (91,7%) eran españolas y **14** (8,3%) extranjeras (Tabla P.6/P.1a). De las **184** películas que mostraban un rol de víctima, **172** (93,4%) eran españolas y **12** (6,6%) extranjeras (Tabla P.7/P.1a).

a) Papel de Perseguidor

En las **99** películas con actores españoles que interpretaban un rol de perseguidor, aparecían un total de **140**: **96** principales (Tabla P.6aa) y **44** secundarios (Tabla P.7ab). En las **96** películas en las que aparecían actores principales, **90** (93,7%) eran españolas y **6** (6,3%) extranjeras (Tabla P.6aa/P.1a). En las **44** películas en las que aparecían personajes secundarios, **42** (95,4%) eran españolas y **2** (4,6%) extranjeras (Tabla P.7ba/P.1a).

Perseguidor principal

El perseguidor principal al que daba vida el actor español, interpretaba el papel de un ciudadano español en **87** (90,6%) ocasiones, europeo en **5** (5,2%) ocasiones (1 ocasión a un francés y 1 ocasión a un italiano) e iberoamericano en **4** (4,2%) ocasiones. (Tablas P.7aa, P.7aaa y P.7aaaa). El perseguidor principal español se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **85** (97,7%) películas españolas y **2** (2,3%) extranjeras; europeo en **5** (100%) españolas e iberoamericano en **4** (100%) extranjeras (Tablas P.7aa/P.1a, P.7aaa/P.1a y P.7aaaa/P.1a).

En **80** (83,3% de 96) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **16** (16,7%) mujeres (Tabla P.7aab). De los personajes masculinos, **73** (91,2%) aparecían en películas españolas y **15** (8,8%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **15** (93,7%) aparecían en películas españolas y **1** (6,2%) en películas extranjeras (Tabla P.7aab/P.1a).

En **43** (44,8% de 96) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **53** (55,2%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.7aac). De los personajes que conseguían sus objetivos, **40** (93%) aparecían en películas españolas y **3** (7%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **50** (94,3%) aparecían en películas españolas y **3** (5,7%) en películas extranjeras (Tabla P.7aac/P.1a).

En **18** (18,8% de 96) ocasiones, el personaje moría, frente a **78** (81,3%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.7aad). De los personajes que morían, **16** (88,8%) aparecían en películas españolas y **2** (11,2%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **74** (94,8%) aparecían en películas españolas y **4** (5,3%) en películas extranjeras. (Tabla P.7aad/P.1a).

En **92** (95,8% de 96) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **4** (4,2%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.7aae). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **90** (97,8%) aparecían en películas españolas y **2** (2,3%) en películas extranjeras (Tabla P.7aad/P.1a).

En **7** (7,3% de 96) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, (Tablas P.7aaf), frente a **89** (92,7%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **4** (57,1%) aparecían en películas españolas y **3** (42,9%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **86** (96,6%) aparecían en películas españolas y **3** (3,4%) en películas extranjeras (Tablas P.7aaf/P.1a y P.7aafa/P.1a).

En **8** (8,3% de 96) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **7** (7,3%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **3** (3,1%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* (Tabla P.7aag). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **7** (87,5%) aparecían en películas españolas y **1** (12,5%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **7** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **2** (66,6%) aparecían en películas españolas y **1** (33,3%) en películas extranjeras. (Tabla P.7aag/P.1a).

En **11** (11,5% de 96) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **85** (88,5%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.7aah). De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **10** (90,1%) aparecían en películas españolas y **1** (9,9%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **80** (94,2%) aparecían en películas españolas y **5** (5,8%) en películas extranjeras. (Tablas P.7aah/P.1a y P.7aaha/P.1a).

Perseguidor secundario

El perseguidor secundario al que daba vida el actor español, interpretaba el papel de un ciudadano español (35, 79,5% de 44) o europeo (6, 13,6% de 44), en su mayoría, originario de Reino Unido (1, 16,7% de 6), Italia (1, 16,7% de 6) o Francia (1, 16,7% de 6), respectivamente) también copaban un interés especial en estas interpretaciones. Otras regiones, como el mundo árabe (1, 2,3% de 44), Iberoamérica (2, 4,5% de 44) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.7ab, P.7aba y P.7abaa). El perseguidor secundario español se caracterizaba por estar interpretado por

un actor español en **34** (97,1%) películas españolas y **1** (2,9%) extranjeras; europeo en **6** (100%) españolas; iberoamericano en **1** (50%) española y **1** (50%) extranjera y árabe en **1** (100%) española (Tablas P.7ab/P.1a, P.7aba/P.1a y P.7abaa/P.1a).

En **32** (72,7% de 44) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **12** (27,3%) mujeres (Tabla P.7abb). De los personajes masculinos, **30** (93,7%) aparecían en películas españolas y **2** (6,3%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, todos eran españoles. (Tabla P.7abb/P.1a).

En **18** (40,9% de 44) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **26** (59,1%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.7abc). De los personajes que conseguían sus objetivos, **18** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **24** (93,3%) aparecían en películas españolas y **2** (6,7%) en películas extranjeras (Tabla P.7abc/P.1a).

En **9** (20,5% de 44) ocasiones, el personaje moría, frente a **35** (79,5%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.7abd). De los personajes que morían, **7** (77,7%) aparecían en películas españolas y **2** (32,3%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **35** (100%) aparecían en películas españolas. (Tabla P.7abd/P.1a).

En **43** (97,7% de 44) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **1** (2,3%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.7abe). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **42** (97,7%) aparecían en películas españolas y **1** (2,3%) en películas extranjeras (Tabla P.7abd/P.1a).

En **3** (6,8% de 44) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria (Tablas P.7abf), frente a **41** (93,2%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **2** (66,6%) aparecían en películas españolas y **1** (33,3%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **40** (97,5%) aparecían en películas españolas y **1** (2,5%) en películas extranjeras (Tablas P.7abf/P.1a y P.7abfa/P.1a).

En **3** (6,8% de 44) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **4** (9,1%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla* y **1** (2,3%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* (Tabla P.7abg). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **3** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **4** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **1** (100%) en películas extranjeras (Tabla P.7abg/P.1a).

En **4** (9,1% de 44) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **40** (90,9%) ocasiones en que no lo hacía (Tablas P.7abh). De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **3** (75%) aparecían en películas españolas y **1** (25%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **39** (97,5%) aparecían en películas españolas y **1** (2,5%) en películas extranjeras. (Tablas P.7abh/P.1a y P.7abha/P.1a).

b) Papel de Salvador

En las **170** películas con actores españoles que interpretaban un rol de salvador, aparecían un total de **247**: **168** principales (Tabla P.7ba) y **79** secundarios (Tabla P.7bb). En las **168** películas en las que aparecían personajes principales, **156** (92,8%) eran españolas y **12** (7,2%) extranjeras (Tabla P.7ba/P.1a). En las **79** películas en las que aparecían personajes secundarios, **77** (97,4%) eran españolas y **2** (2,6%) extranjeras (Tabla P.7bb /P.1a).

Salvador principal

El salvador al que daba vida el actor español, interpretaba el papel de un ciudadano español (156, 94,1% de 168), iberoamericano (6, 3,6% de 168), árabe (3, 1,8% de 168) o europeo (3, 1,8% de 168), en su mayoría, originario de Francia (1, 33,3% de 3) o Italia (2, 66,6% de 3) (Tablas P.7ba, P.7baa y P.7baaa). El salvador principal se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **153** (98%)

películas españolas y **3** (2%) extranjeras; europeo en **3** (100%) extranjeras; iberoamericano en **1** (16,6%) películas españolas y **5** (83,3%) extranjera y árabe en **1** (33,3%) películas españolas y **2** (66,6%) extranjera (Tablas P.7ba/P.1a, P.7baa/P.1a y P.7baaa/P.1a).

En **139** (82,7% de 168) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **29** (17,3%) mujeres (Tabla P.7bab). De los personajes masculinos, **130** (93,5%) aparecían en películas españolas y **9** (6,5%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **26** (90%) aparecían en películas españolas y **3** (10%) en películas extranjeras. (Tabla P.7bab/P.1a).

En **162** (96,4% de 168) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **6** (3,6%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.7bac). De los personajes que conseguían sus objetivos, **151** (93,2%) aparecían en películas españolas y **11** (6,8%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **5** (83,3%) aparecían en películas españolas y **1** (16,7%) en películas extranjeras (Tabla P.7bac/P.1a).

En **3** (1,8% de 168) ocasiones, el personaje moría, frente a **165** (98,2%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.7bad). De los personajes que morían, **3** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes que sobrevivían, **153** (92,7%) aparecían en películas españolas y **2** (7,3%) en películas extranjeras. (Tabla P.7bad/P.1a).

En **163** (97% de 168) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **5** (3%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.7bae). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **156** (95,7%) aparecían en películas españolas y **7** (4,3%) en películas extranjeras (Tabla P.7bad/P.1a).

En **10** (6% de 168) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, (Tabla P.7baf), frente a **158** (94%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **3** (30%) aparecían en películas españolas y **7** (70%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **153** (96,8%)

aparecían en películas españolas y **5** (3,2%) en películas extranjeras (Tablas P.7baf/P.1a y P.7bafa/P.1a).

En **11** (6,5% de 168) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **9** (5,4%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **5** (3%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y **2** (1,2%) bajo el paraguas de de la *Leyenda Aurinegra* (Tabla P.7bag). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **8** (72,7%) aparecían en películas españolas y **3** (27,3%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **9** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **2** (40%) aparecían en películas españolas y **3** (60%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **3** (100%) aparecían en películas españolas. (Tabla P.7bag/P.1a).

En **8** (4,8% de 168) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **160** (95,2%) ocasiones en que no lo hacía (Tabla P.7bah). De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **8** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **148** (92,5%) aparecían en películas españolas y **12** (7,5%) en películas extranjeras. (Tablas P.7bah/P.1a y P.7baha/P.1a).

Salvador secundario

El salvador al que daba vida el actor español, interpretaba el papel de un ciudadano español (72, 91,1% de 79) o europeo (2, 5% de 79), en su mayoría, originario de Italia (2, 100% de 2). Otras regiones, como Iberoamérica (3, 3,8% de 79) o el mundo árabe (2, 2,5% de 79) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.7bb, P.7bba y P.7bbaa). El perseguidor principal español se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **72** (100%) películas españolas; europeo en **2** (100%) españolas; iberoamericano en **1** (33,3%) película española y en **2** (66,6%) extranjeras y árabe en **2** (100%) españolas (Tablas P.7bb/P.1a, P.7bba/P.1a y P.7bbaa/P.1a).

En **59** (74,4% de 79) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **20** (25,3%) mujeres (Tabla P.7bbb). De los personajes masculinos, **57** (96,6%) aparecían en películas españolas y **2** (3,4%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, todos eran españoles. (Tabla P.7bbb/P.1a).

En **73** (92,4% de 79) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **6** (7,6%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.7bbc). De los personajes que conseguían sus objetivos, **6** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **71** (97,2%) aparecían en películas españolas y **2** (2,8%) en películas extranjeras (Tabla P.7bbc/P.1a).

En **79** (100%) ocasiones sobrevivía (Tabla P.7bbd). De los personajes que sobrevivían, **77** (97,4%) aparecían en películas españolas y **2** (2,6%) en películas extranjeras. (Tabla P.7bbd/P.1a).

En **74** (93,7% de 79) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **5** (6,3%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.7bbe). Entre los personajes con caracterización física, **3** (60%) aparecían en películas españolas y **2** (40%) en películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **74** (100%) aparecían en películas españolas (Tabla P.7bbe/P.1a).

En **9** (11,4% de 79) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, (Tabla P.7bbf), frente a **70** (88,6%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **7** (77,7%) aparecían en películas españolas y **2** (22,3%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **70** (100%) aparecían en películas españolas (Tablas P.7bbf/P.1a y P.7bbfa/P.1a).

En **2** (2,5% de 79) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **6** (7,6%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla* y **2** (2,5%) bajo el paraguas de la *Dictadura Franquista* (Tabla P.7bbg). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **2** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **6** (100%) aparecían en películas

españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **2** (100%) aparecían en películas españolas. (Tabla P.7bbg/P.1a).

c) Papel de Víctima

En las **184** películas con personajes españoles que interpretaban un rol de víctima, aparecían un total de **308**: **179** principales (Tabla P.7ca) y **129** secundarios (Tabla P.7cb). En las **179** películas en las que aparecían personajes principales, **169** (94,4%) eran españolas y **10** (5,6%) extranjeras (Tabla P.7ca/P.1a). En las **129** películas en las que aparecían personajes secundarios, **126** (97,7%) eran españolas y **3** (2,3%) extranjeras (Tabla P.7cb/P.1a).

Víctima principal

En **98** (54,7% de 179) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **80** (44,7%) mujeres (Tabla P.7cab). De los personajes masculinos, **95** (97%) aparecían en películas españolas y **3** (3%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **74** (92,5%) aparecían en películas españolas y **6** (7,5%) en películas extranjeras. (Tabla P.7cab/P.1a).

En **160** (89,4% de 179) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **19** (10,6%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.7cac). De los personajes que conseguían sus objetivos, **156** (97,5%) aparecían en películas españolas y **4** (2,5%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **13** (68,4%) aparecían en películas españolas y **6** (32,6%) en películas extranjeras (Tabla P.7cac/P.1a).

En **12** (6,7% de 179) ocasiones, el personaje moría, frente a **167** (93,3%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.7cad). De los personajes que morían, **11** (91,6%) aparecían en películas españolas y **1** (8,4%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **158** (94,6%) aparecían en películas españolas y **9** (5,4%) en películas extranjeras. (Tabla P.6cad/P.1a).

En **179** (100% de 179) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, (Tabla P.7cae). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **169** (94,4%) aparecían en películas españolas y **10** (5,6%) en películas extranjeras (Tabla P.7cad/P.1a).

En **6** (3,4% de 179) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, (Tabla P.7caf), frente a **173** (96,6%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **4** (66,6%) aparecían en películas españolas y **2** (33,3%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **165** (95,3%) aparecían en películas españolas y **8** (4,7%) en películas extranjeras (Tablas P.7caf/P.1a y P.7cafa/P.1a).

En **10** (5,6% de 179) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **9** (5%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **3** (1,7%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y **4** (2,2%) bajo el paraguas de de la *Leyenda Aurinegra* (Tabla P.7cag). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **8** (80%) aparecían en películas españolas y **2** (20%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **9** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **2** (66,6%) aparecían en películas españolas y **1** (33,3%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **3** (75%) aparecían en películas españolas y **1** (25%) en películas extranjeras. (Tabla P.7cag/P.1a).

En **10** (5,6% de 179) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **169** (94,4%) ocasiones en que no lo hacía (Tabla P.7cah). De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **10** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **159** (94%) aparecían en películas españolas y **10** (6%) en películas extranjeras. (Tablas P.7cah/P.1a y P.7caha/P.1a).

Víctima secundaria

La víctima al que daba vida el actor español, interpretaba el papel de un ciudadano español (127, 98,4% de 129) o europeo (1, 0,8% de 129), de Reino Unido (1, 100% de 1). Otras regiones, como el mundo árabe (1, 0,8% de 129) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.7cb, P.7cba y P.7cbaa). La víctima se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **126** (99%) películas españolas y **1** (1%) extranjeras; europeo en **1** (100%) extranjeras y árabe en **1** (100%) extranjera (Tablas P.7cb/P.1a, P.7cba/P.1a y P.7cbaa/P.1a).

En **70** (54,3% de 129) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **59** (45,7%) mujeres (Tabla P.7cbb). De los personajes masculinos, **69** (98,5%) aparecían en películas españolas y **1** (1,5%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **57** (96,6%) aparecían en películas españolas y **2** (3,4%) en películas extranjeras. (Tabla P.7cbb/P.1a).

En **116** (89,9% de 129) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **13** (10,1%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.7cbc). De los personajes que conseguían sus objetivos, **114** (98,2%) aparecían en películas españolas y **2** (1,8%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **12** (92,3%) aparecían en películas españolas y **1** (7,7%) en películas extranjeras (Tabla P.7cbc/P.1a).

En **6** (4,7% de 129) ocasiones, el personaje moría, frente a **123** (95,3%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.7cbd). De los personajes que morían, **6** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes que sobrevivían, **120** (97,5%) aparecían en películas españolas y **3** (2,5%) en películas extranjeras. (Tabla P.7cbd/P.1a).

En **128** (99,2% de 129) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **1** (0,8%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.7cbe). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **126** (98,4%) aparecían en películas españolas y **2** (1,6%) en películas extranjeras (Tabla P.7cbd/P.1a).

En **5** (3,9% de 129) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, (Tabla P.7cbf), frente a **124** (96,1%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **4** (80%) aparecían en películas españolas y **1** (20%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **122** (98,4%) aparecían en películas españolas y **2** (1,6%) en películas extranjeras (Tablas P.7cbf/P.1a y P.7cbfa/P.1a).

En **6** (4,7% de 129) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **6** (4,7%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla* y **1** (0,8%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* (Tabla P.7cbg). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **6** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **6** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **1** (100%) aparecían en películas españolas. (Tabla P.7cbg/P.1a).

En **9** (7% de 129) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **120** (93%) ocasiones en que no lo hacía (Tabla P.7cbh). De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **9** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **117** (97,5%) aparecían en películas españolas y **3** (2,5%) en películas extranjeras. (Tablas P.7cbh/P.1a y P.7cbha/P.1a).

d) Papel personaje circunstancial

En las **200** películas con personajes españoles que interpretaban un rol de personaje circunstancial, aparecían un total de **370**: **196** principales (Tabla P.7da) y **174** secundarios (Tabla P.7db). En las **196** películas en las que aparecían personajes circunstanciales, **177** (90%) eran españolas y **19** (10%) extranjeras (Tabla P.7da/P.1a). En las **174** películas en las que aparecían personajes secundarios, **169** (97%) eran españolas y **5** (3%) extranjeras (Tabla P.7db/P.1a).

Personaje circunstancial principal

El personaje circunstancial español se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor español (181, 92,3% de 196), europeo (6, 3% de 196), en su mayoría, originario de Reino Unido (1, 20% de 5) Francia (1, 20% de 5) o Italia (1, 20% de 5) también copaban un interés especial en estas interpretaciones. Otras regiones, como Iberoamérica (7, 3,6% de 196) también aportaban valor añadido a esta parte del análisis (Tablas P.7da, P.7daa y P.7daaa). El personaje se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **176** (97,3%) películas españolas y **5** (2,7%) extranjeras; europeo en **5** (100%) extranjeras; iberoamericano en **7** (100%) películas extranjeras y árabe en **1** (100%) película española (Tablas P.7da/P.1a, P.7daa/P.1a y P.7daaa/P.1a).

En **131** (66,8% de 201) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **65** (33,2%) mujeres (Tabla P.7dab). De los personajes masculinos, **120** (91,6%) aparecían en películas españolas y **11** (8,4%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **57** (87,7%) aparecían en películas españolas y **8** (12,3%) en películas extranjeras. (Tabla P.7dab/P.1a).

En **177** (90,3% de 196) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **19** (9,7%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.7dac). De los personajes que conseguían sus objetivos, **171** (96,6%) aparecían en películas españolas y **6** (3,4%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **6** (31,6%) aparecían en películas españolas y **13** (68,4%) en películas extranjeras (Tabla P.7dac/P.1a).

En **9** (4,6% de 196) ocasiones, el personaje moría, frente a **187** (95,4%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.7dad). De los personajes que morían, **5** (55,5%) aparecían en películas españolas y **4** (45,5%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **172** (92%) aparecían en películas españolas y **15** (8%) en películas extranjeras. (Tabla P.7dad/P.1a).

En **192** (98% de 196) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **4** (2%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.7dae). De los personajes que tenían

alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **177** (92,2%) aparecían en películas españolas y **15** (7,8%) en películas extranjeras (Tabla P.7dad/P.1a).

En **14** (7,1% de 196) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria (Tabla P.7daf), frente a **182** (92,9%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **6** (42,8%) aparecían en películas españolas y **8** (57,2%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **171** (93,9%) aparecían en películas españolas y **11** (6,1%) en películas extranjeras (Tablas P.7daf/P.1a y P.7dafa/P.1a).

En **14** (7,1% de 196) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **11** (5,6%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **4** (2%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca* y **3** (1,5%) bajo el paraguas de de la *Leyenda Aurinegra* (Tabla P.7dag). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **10** (71,5%) aparecían en películas españolas y **4** (28,5%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **10** (90,1%) aparecían en películas españolas y **1** (8,9%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **3** (75%) aparecían en películas españolas y **1** (25%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **2** (66,6%) aparecían en películas españolas y **1** (33,3%) en películas extranjeras. (Tabla P.7dag/P.1a).

En **15** (7,7% de 196) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **181** (92,3%) ocasiones en que no lo hacía (Tabla P.7dah). De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **12** (80%) aparecían en películas españolas y **3** (20%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **165** (91,2%) aparecían en películas españolas y **16** (8,8%) en películas extranjeras. (Tablas P.7dah/P.1a y P.7daha/P.1a).

Personaje circunstancial secundario

El personaje circunstancial español se caracterizaba por estar interpretado, principalmente, por un actor español (173, 99,4% de 174) o de Estados Unidos (1, 0,6% de 174) (Tablas P.7db, P.7dba y P.7dbaa). El perseguidor principal español se caracterizaba por estar interpretado por un actor español en **169** (97,7%) películas españolas y **4** (2,3%) extranjeras y estadounidense en **1** (100%) película extranjera (Tablas P.7db/P.1a, P.7dba/P.1a y P.7dbaa/P.1a).

En **86** (49,4% de 174) ocasiones, el personaje era un hombre, frente a **88** (50,6%) mujeres (Tabla P.7dbb). De los personajes masculinos, **83** (96,5%) aparecían en películas españolas y **3** (3,5%) en películas extranjeras. De los personajes femeninos, **86** (97,7%) aparecían en películas españolas y **2** (2,3%) en películas extranjeras. (Tabla P.7db/P.1a).

En **166** (95,4% de 174) ocasiones, conseguía sus objetivos, frente a **7** (4%) ocasiones en que no lo conseguía (Tabla P.7dbc). De los personajes que conseguían sus objetivos, **164** (98,8%) aparecían en películas españolas y **2** (1,2%) en películas extranjeras. De los personajes que no conseguían sus objetivos, **5** (71,4%) aparecían en películas españolas y **2** (28,5%) en películas extranjeras (Tabla P.7dbc/P.1a).

En **6** (3,4% de 174) ocasiones, el personaje moría, frente a **168** (96,6%) ocasiones en sobrevivía (Tabla P.7dbd). De los personajes que morían, **5** (83,3%) aparecían en películas españolas y **1** (16,7%) en películas extranjeras. De los personajes que sobrevivían, **164** (97,7%) aparecían en películas españolas y **4** (2,3%) en películas extranjeras. (Tabla P.7dbd/P.1a).

En **1** (0,6% de 174) ocasiones, no denotaba ninguna caracterización física, frente a **173** (99,4%) ocasiones en que sí lo hacía (Tabla P.7dbe). De los personajes que tenían alguna caracterización física, todas eran películas extranjeras. Entre los personajes sin caracterización física, **169** (97,1%) aparecían en películas españolas y **4** (2,9%) en películas extranjeras (Tabla P.7dbe/P.1a).

En **6** (3,4% de 174) ocasiones, sí tenía alguna caracterización en la indumentaria, (Tabla P.7dbf), frente a **168** (96,6%) ocasiones en la que no tenía ningún tipo de caracterización. De los personajes que tenían alguna caracterización en la indumentaria, **4** (66,6%) aparecían en películas españolas y **2** (33,3%) en películas extranjeras. De los personajes que no tenían ninguna caracterización en la indumentaria, **165** (98,2%) aparecían en películas españolas y **3** (1,8%) en películas extranjeras (Tablas P.7dbf/P.1a y P.7dbfa/P.1a).

En **11** (6,3% de 174) ocasiones, la imagen mostrada del perseguidor principal se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **8** (4,6%) bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla* y **4** (2,3%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **1** (0,6%) bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra* (Tabla P.7dbg). De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, **9** (81,8%) aparecían en películas españolas y **2** (18,2%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Amarilla*, **8** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*, **2** (50%) aparecían en películas españolas y **2** (50%) en películas extranjeras. De los personajes cuya imagen se mostraba bajo el paraguas de la *Leyenda Aurinegra*, **1** (100%) aparecía en películas españolas. (Tabla P.7dbg/P.1a).

En **8** (4,6% de 174) ocasiones, denotaba alguna caracterización en el habla, frente a **166** (95,4%) ocasiones en que no lo hacía (Tabla P.7dbh). De los personajes que tenían una caracterización en el habla, **8** (100%) aparecían en películas españolas. De los personajes que no tenían una caracterización en el habla, **161** (97%) aparecían en películas españolas y **5** (3%) en películas extranjeras. (Tablas P.7dbh/P.1a y P.7dbha/P.1a).

4.3 CONTRASTACIÓN DE HIPOTESIS

Hipótesis teórica (T1): Las películas españolas representarán en sus tramas una España estereotipada o caracterizada, una visión deformada de nuestra realidad

De las **187** películas españolas en las que España aparece como un escenario en el que contar una historia, en **42** (22,4%) largometrajes aparece una España plasmada bajo el paraguas de la *Leyenda Negra, Amarilla, Aurinegra o Blanca*. De las **29** películas españolas en las que España aparece como un sujeto internacional, en **16** (55%) largometrajes aparece una España igualmente tratada. Por lo tanto, **se confirma parcialmente T1**.

Hipótesis básica (B1a): Si **T1** es cierta, entonces, el rol que juegue España, los españoles o sus outputs e inputs en la trama de las películas españolas será negativo

De las **187** películas españolas en las que España aparece como un escenario en el que contar una historia, en **4** (2,1%) largometrajes aparece una España perseguidora. De las **29** películas españolas en las que España aparece como un sujeto internacional, en **6** (20,7%) largometrajes aparece una España igualmente tratada. De las **193** películas españolas en las que aparecen outputs e inputs españoles, en **23** (12%) largometrajes tienen un cariz puramente negativo. En las **205** películas españolas, existen un total de **89** (43,4%) perseguidores principales españoles y **36** (17,5%) secundarios españoles. En cuanto a España como escenario **se rechaza** la hipótesis, como sujeto internacional **se confirma parcialmente**, para sus outputs e inputs **se rechaza parcialmente** y para los personajes españoles, **se confirma parcialmente**.

Hipótesis complementaria (C1aa): Si **B1a** es cierta, entonces, el personaje de perseguidor – versus salvador y víctima - en las películas españolas, si lo hubiese, representará un ciudadano español

En la muestra existen **90** (21,4%) perseguidores españoles, **156** (37,3%) salvadores españoles y **172** (41,1%) víctimas españolas. Por lo tanto, el número de perseguidores en comparación al número de víctimas y salvadores es menor; sin embargo, los españoles conforman el **81%** de los perseguidores de las películas españolas. Se **se confirma C1aa**.

Hipótesis complementaria (C1ab): Si **B1a** es cierta, entonces, el rol de España en las películas españolas, como sujeto internacional, versará sobre un país perseguidor (conquistador, invasor, atacante o ávido de riquezas)

De las **29** películas españolas en las que España aparece como un sujeto internacional, en **6** (20,6%) es actúa como potencia perseguidora. Se **se confirma parcialmente C1ab**.

Hipótesis complementaria (C1ac): Si **B1a** es cierta, entonces, los outputs e inputs españoles serán los detonantes de la trama en las películas españolas

Para el estudio al uso de este trabajo, a razón de la ficha de análisis utilizada y los sujetos investigados, **no se puede confirmar ni rechazar C1ac hasta obtener datos significativos**.

Hipótesis básica (B1b): Si **T1** es cierta, entonces, la trama de las películas españolas estará influenciada por la historia del país

De las **205** películas españolas, **46** (22,4%) largometrajes versan sobre el género histórico-peplum y **9** (4,4%) sobre el género bélico como primer género cinematográfico. En cuanto género secundario, **2** (0,9%) se refieren a cine histórico-peplum y **2** (0,9%) a cine bélico. Por lo tanto, **se confirma parcialmente B1b**.

Hipótesis complementaria (C1ba): Si **B1b** es cierta, entonces, la época del imperio español será un tema recurrente en las películas españolas, debido a la leyenda negra

Como hemos visto, de las **205** películas españolas, **46** (22,4%) largometrajes versan sobre el género histórico-peplum y **9** (4,4%) sobre el género bélico como primer género cinematográfico. De las **203** películas con trama lineal (99%), **144** (70,1%) se desarrollan en el épocas pasadas. **33** (16% del total de películas españolas) de ellas ambientadas entre los siglos XV y XIX. Desde el punto de vista de España como escenario, la *Leyenda Negra* copa un 9,6% (18 largometrajes). Desde el punto de vista de España como sujeto internacional, la *Leyenda Negra* copa un 34,5% (10 largometrajes). Desde el punto de vista de sus outputs e inputs, la *Leyenda Negra* copa un 8,2% (16 largometrajes). Aunque es una temática recurrente, sólo cuando España actúa como sujeto internacional en esta época, se puede hablar de que **se confirma parcialmente C1ba**

Hipótesis complementaria (C1bb): Si **B1b** es cierta, entonces, la cultura y folclore andaluz será un tema recurrente en las películas españolas, debido a la leyenda amarilla

Como hemos visto, de las **205** películas españolas, **46** (22,4%) largometrajes versan sobre el género histórico-peplum y **9** (4,4%) sobre el género bélico como primer género cinematográfico. De las **203** películas con trama lineal (99%), **144** (70,1%) se

desarrollan en el épocas pasadas. **28** (13,6% del total de películas españolas) de ellas ambientadas entre los siglos XIX y primer tercio del siglo XX. Desde el punto de vista de España como escenario, la *Leyenda Amarilla* copa un 6,4% (12 largometrajes). Desde el punto de vista de España como sujeto internacional, la *Leyenda Amarilla* copa un 6,9% (2 largometrajes). Desde el punto de vista de sus outputs e inputs, la *Leyenda Amarilla* copa un 6,2% (12 largometrajes). **Se rechaza C1bb**

Hipótesis complementaria (C1bc): Si **B1b** es cierta, entonces, la época franquista será un tema recurrente en las películas españolas, debido a su cercanía, importancia y al hecho de aunar aspectos de la leyenda negra y amarilla

Como hemos visto, de las **205** películas españolas, **46** (22,4%) largometrajes versan sobre el género histórico-peplum y **9** (4,4%) sobre el género bélico como primer género cinematográfico. De las **203** películas con trama lineal (99%), **144** (70,1%) se desarrollan en el épocas pasadas. **16** (7,8% del total de películas españolas) de ellas ambientadas en el segundo tercio del siglo XX. Desde el punto de vista de España como escenario, la *Leyenda Aurinegra* copa un 4,2% (8 largometrajes). Desde el punto de vista de España como sujeto internacional, la *Leyenda Aurinegra* copa un 6,8% (2 largometrajes). Desde el punto de vista de sus outputs e inputs, la *Leyenda Aurinegra* copa un 6% (9 largometrajes). **Se rechaza C1bc**

Hipótesis complementaria (C1bd): Si **B1b** es cierta, entonces, el desarrollo español de principios del siglo XXI serán un tema recurrente en las películas españolas, debido a la leyenda blanca

Como hemos visto, de las **205** películas españolas, **46** (22,4%) largometrajes versan sobre el género histórico-peplum y **9** (4,4%) sobre el género bélico como primer género cinematográfico. De las **203** películas con trama lineal (99%), **144** (70,1%) se desarrollan en el épocas pasadas. **69** (33,6% del total de películas españolas) de ellas ambientadas en el último cuarto del siglo XX. Desde el punto de vista de España como escenario, la *Leyenda Blanca* copa un 2,1% (4 largometrajes). Desde el punto de vista de España como sujeto internacional, la *Leyenda Blanca* copa un 6,9% (2 largometrajes). Desde el punto de vista de sus outputs e inputs, la *Leyenda Blanca* copa un 3% (6 largometrajes). Aunque la ambientación de 1/3 parte de las películas es presente, existe una carencia de promoción nacional. **Se rechaza C1bd**

Hipótesis teórica (T2): España será representada en los largometrajes cinematográficos como un país tan europeo como iberoamericano

Atendiendo a la trama de las **1620** obras analizadas, en **34** (2,1%) ocasiones España comparte protagonismo con otros países. En **5** (14,7% de éstas y 0,3% del total) ocasiones lo hace con Iberoamérica. Por lo tanto, desde la óptica de la trama cinematográfica, **se rechaza parcialmente T2**

Hipótesis básica (B2a): Si **T2** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas españolas existirá un gran número de personajes iberoamericanos

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar el número de personajes no españoles en los largometrajes nacionales. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B2a por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2aa): Si **B2a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

En cuanto a personajes principales, de **89** perseguidores principales, el **95,5%** eran españoles y de entre los **36** perseguidores secundarios, el **91,6%** eran españoles; de **156** salvadores principales, el **99,3%** eran españoles y de entre los **80** salvadores secundarios, el **92,5%** eran españoles; de **172** víctimas principales, el **97,7%** eran españolas y de entre los **123** víctimas secundarias, el **97,5%** eran españolas. Por lo tanto, **se confirma C2aa**

Hipótesis complementaria (C2ab): Si **B2a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes iberoamericanos

En cuanto a actores españoles, de **90** perseguidores principales, ningún actor español interpretaba a un personaje iberoamericano y de entre los **42** perseguidores secundarios, sólo el **2,4%**; de **156** salvadores principales, el **0,6%** eran personajes iberoamericanos y de entre los **77** salvadores secundarios, el **1,3%**; de **169** víctimas principales, ningún actor español interpretaba a un personaje iberoamericano y de entre los **126** víctimas secundarias, tampoco ningún actor español interpretaba a un personaje iberoamericano. Por lo tanto, aunque existe dicha interpretación, su presencia es muy reducida: **se confirma parcialmente C2ab**

Hipótesis complementaria (C2ac): Si **B2a** es cierta, entonces, actores iberoamericanos interpretarán a personajes españoles

En cuanto a personajes principales, de **89** perseguidores principales, ningún actor iberoamericano interpretaba a un personaje español y de entre los **36** perseguidores secundarios, tampoco ningún actor iberoamericano interpretaba a un personaje español; de **156** salvadores principales, ningún actor iberoamericano

interpretaba a un personaje español y de entre los **80** salvadores secundarios, el **3,75%** eran iberoamericanos; de **172** víctimas principales, ningún actor iberoamericano interpretaba a un personaje español y de entre los **123** víctimas secundarias, tampoco ningún actor iberoamericano interpretaba a un personaje español. Por lo tanto, aunque existe dicha interpretación, su presencia es muy reducida: **se confirma parcialmente C2ac**

Hipótesis básica (B2b): Si **T2** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas iberoamericanas existirá un gran número de personajes españoles

De los **1620** sujetos de análisis, sólo **2** obras cinematográficas son de origen iberoamericano. Además, con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar el número de personajes españoles en los largometrajes estrictamente iberoamericanos. Por lo tanto, el autor carece de datos que puedan confirmar o rechazar esta hipótesis. **Ni se confirma ni se rechaza B2b por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2ba): Si **B2b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2ba por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2bb): Si **B2b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes iberoamericanos

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2bb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2bc): Si **B2b** es cierta, entonces, actores iberoamericanos interpretarán a personajes españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2bc por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B2c): Si **T2** es cierta, entonces, en el resto de producciones cinematográficas extranjeras aparecerán, indistintamente, actores y personajes españoles e iberoamericanos interpretándose así mismos o a los otros

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar si en el resto de producciones cinematográficas extranjeras aparecerán, indistintamente, actores y personajes españoles e iberoamericanos interpretándose así mismos o a los otros. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B2c por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2ca): Si **B2c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2ca por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2cb): Si **B2c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes iberoamericanos

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2cb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2cc): Si **B2c** es cierta, entonces, actores iberoamericanos interpretarán a personajes españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2cc por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B2d): Si **T2** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones españolas

De las **403** películas que versaban o hacían referencia a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, en **268** (66,5% de 403 y 16,5% de la muestra) largometrajes existía algún personaje que interpretaba a un ciudadano español. De ellas (268), **194** (72,3%) eran largometrajes españoles y **74** (27,6%) extranjeros. En **309** (76,4%) producciones se trataban los outputs (298, un 96,4%) e inputs (11, un 3,6%) españoles (Tabla P.3 y P.3a). De las **309** obras, **193** (62,4%) eran españolas y **116** (37,5%) extranjeras. De los **298** outputs, **193** (64,7%) aparecían en películas españolas y **105** (35,2%) en películas extranjeras; ninguna obra española representaba a inputs

españoles y los **11** (100%) existentes, provenían de largometrajes extranjeros. En películas españolas, en **187** (56,3%) ocasiones, España aparecía como escenario internacional en el que contar una historia y en **29** ocasiones (44%) como un sujeto internacional que interactuaba con otros actores. Por lo tanto, **se confirma B2d**

Hipótesis complementaria (C2da): Si **B2c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en América

De las **205** películas españolas, **46** (22,4%) largometrajes versan sobre el género histórico-peplum como primer género cinematográfico. En cuanto género secundario, **2** (0,9%) se refieren igualmente a cine histórico-peplum. De las **203** películas con trama lineal (99%), **144** (70,1%) se desarrollan en el épocas pasadas. **33** (16% del total de películas españolas) de ellas ambientadas entre los siglos XV y XIX. Desde el punto de vista de España como sujeto internacional, la *Leyenda Negra* copa un **34,5%** (10 largometrajes). Aunque es una temática recurrente, sólo cuando España actúa como sujeto internacional en esta época, se puede hablar de que **se confirma parcialmente C2da**

Hipótesis complementaria (C2db): Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

De los **66** largometrajes en los que España aparece como un sujeto internacional, en **20** (31,3%) ocasiones, España aparece como una potencia perseguidora, **6** (20,7%) de ellas en películas españolas. **Se confirma parcialmente C2bd**

Hipótesis complementaria (C2dc): Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

En las **111** películas con personajes españoles que interpretaban un rol de perseguidor, aparecían un total de **154** perseguidores: **104** principales y **50** secundarios. En las **104** películas en las que aparecían perseguidores principales, **89** (85,5%) eran españolas. En las **50** películas en las que aparecían perseguidores secundarios, **36** (72%) eran españolas. Por lo tanto, **se confirma parcialmente C2dc**

Hipótesis complementaria (C2dd): Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

En **309** (76,4%) producciones se trataban los outputs (298, un 96,4%) e inputs (11, un 3,6%) españoles. De los **298** outputs, **193** (64,7%) aparecían en películas españolas. **23** (11,9%) películas españolas denotaban un cariz negativo y de las **53** (17,2) producciones que se referían a la *Leyenda Negra*, **16** (30,2%) eran igualmente españolas. Ningún input era tratado en el cine nacional. Por lo tanto, se **confirma parcialmente C2dd**

Hipótesis básica (B2e): Si **T2** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones iberoamericanas

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B2e por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2ea): Si **B2c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en América

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2ea por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2eb): Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2eb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2ec): Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2ec por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2ed): Si **B2c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2ed por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B2f): Si T2 es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en el resto de producciones extranjeras

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B2f por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2fa): Si B2c es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en América

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2fa por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2fb): Si B2c es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2fb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2fc): B2c es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2fc por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C2fd): Si B2c es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C2fd por falta de datos significativos**

Hipótesis teórica (T3): España será representada en los largometrajes cinematográficos como un país tan europeo como árabe

Atendiendo a la trama de las **1620** obras analizadas, en **34** (2,1%) ocasiones España comparte protagonismo con otros países. En **2** (5,9% de éstas y 0,1% del total) ocasiones lo hace con el mundo árabe. Por lo tanto, desde la óptica de la trama cinematográfica, **se rechaza T3**

Hipótesis básica (B3a): Si **T3** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas españolas existirá un gran número de personajes árabes

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar el número de personajes no españoles en los largometrajes nacionales. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B3a por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3aa): Si **B3a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

En cuanto a personajes principales, de **89** perseguidores principales, el **95,5%** eran españoles y de entre los **36** perseguidores secundarios, el **91,6%** eran españoles; de **156** salvadores principales, el **99,3%** eran españoles y de entre los **80** salvadores secundarios, el **92,5%** eran españoles; de **172** víctimas principales, el **97,7%** eran españolas y de entre los **123** víctimas secundarias, el **97,5%** eran españolas. Por lo tanto, **se confirma C3aa**

Hipótesis complementaria (C3ab): Si **B3a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes árabes

En cuanto a actores españoles, de **90** perseguidores principales, ningún actor español interpretaba a un personaje árabe y de entre los **42** perseguidores secundarios, sólo el **2,4%**; de **156** salvadores principales, el **0,6%** eran personajes árabes y de entre los **77** salvadores secundarios, el **2,6%**; de **169** víctimas principales, el **0,6%** y de entre los **126** víctimas secundarias, ningún actor español interpretaba a un personaje árabe. Por lo tanto, aunque existe dicha interpretación, su presencia es muy reducida: **se confirma parcialmente C3ab**

Hipótesis complementaria (C3ac): Si **B3a** es cierta, entonces, actores árabes interpretarán a personajes españoles

En cuanto a personajes principales, de **89** perseguidores principales, ningún actor árabe interpretaba a un personaje español y de entre los **36** perseguidores secundarios, tampoco ningún actor árabe interpretaba a un personaje español; de **156** salvadores principales, ningún actor árabe interpretaba a un personaje español y de entre los **80** salvadores secundarios, tampoco ningún actor árabe interpretaba a un personaje español; de **172** víctimas principales, ningún actor árabe interpretaba a un personaje español y de entre los **123** víctimas secundarias, el **0,9%** es árabe. Por lo tanto, aunque existe dicha interpretación, su presencia es nominal: **se rechaza parcialmente C3ac**

Hipótesis básica (B3b): Si **T3** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas árabes existirá un gran número de personajes españoles

De los **1620** sujetos de análisis, ninguna obra cinematográfica es de origen árabe. Además, con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar el número de personajes españoles en los largometrajes estrictamente árabes. Por lo tanto, el autor carece de datos que puedan confirmar o rechazar esta hipótesis. **Ni se confirma ni se rechaza B3b por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3ba): Si **B3b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3ba por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3bb): Si **B3b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes árabes

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3bb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3bc): Si **B3b** es cierta, entonces, actores árabes interpretarán a personajes españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3bc por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B3c): Si **T3** es cierta, entonces, en el resto de producciones cinematográficas extranjeras aparecerán, indistintamente, actores y personajes españoles y árabes interpretándose así mismos o a los otros

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar si en el resto de producciones cinematográficas extranjeras aparecerán, indistintamente, actores y personajes españoles e iberoamericanos interpretándose así mismos o a los otros. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B3c por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3ca): Si **B3c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3ca por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3cb): Si **B3c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes árabes

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3cb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3cc): Si **B3c** es cierta, entonces, actores árabes interpretarán a personajes españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3cc por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B3d): Si **T3** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones españolas

De las **403** películas que versaban o hacían referencia a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, en **268** (66,5% de 403 y 16,5% de la muestra) largometrajes existía algún personaje que interpretaba a un ciudadano español. De ellas (268), **194** (72,3%) eran largometrajes españoles y **74** (27,6%) extranjeros. En **309** (76,4%) producciones se trataban los outputs (298, un 96,4%) e inputs (11, un 3,6%) españoles (Tabla P.3 y P.3a). De las **309** obras, **193** (62,4%) eran españolas y **116** (37,5%) extranjeras. De los **298** outputs, **193** (64,7%)

aparecían en películas españolas y **105** (35,2%) en películas extranjeras; ninguna obra española representaba a inputs españoles y los **11** (100%) existentes, provenían de largometrajes extranjeros. En películas españolas, en **187** (56,3%) ocasiones, España aparecía como escenario internacional en el que contar una historia y en **29** ocasiones (44%) como un sujeto internacional que interactuaba con otros actores. Por lo tanto, **se confirma B3d**

Hipótesis complementaria (C3da): Si **B3c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en el mundo árabe (*Leyenda Amarilla*)

De las **205** películas españolas, **46** (22,4%) largometrajes versan sobre el género histórico-peplum como primer género cinematográfico. En cuanto género secundario, **2** (0,9%) se refieren igualmente a cine histórico-peplum. De las **203** películas con trama lineal (99%), **144** (70,1%) se desarrollan en el épocas pasadas. **33** (16% del total de películas españolas) de ellas ambientadas entre los siglos XV y XIX. Desde el punto de vista de España como sujeto internacional, la *Leyenda Negra* copa un **34,5%** (10 largometrajes). Aunque es una temática recurrente, sólo cuando España actúa como sujeto internacional en esta época, se puede hablar de que **se confirma parcialmente C3da**

Hipótesis complementaria (C3db): Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

De los **66** largometrajes en los que España aparece como un sujeto internacional, en **20** (31,3%) ocasiones, España aparece como una potencia perseguidora, **6** (20,7%) de ellas en películas españolas. **Se confirma parcialmente C3db**

Hipótesis complementaria (C3dc): Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

En las **111** películas con personajes españoles que interpretaban un rol de perseguidor, aparecían un total de **154** perseguidores: **104** principales y **50** secundarios. En las **104** películas en las que aparecían perseguidores principales, **89** (85,5%) eran españolas. En las **50** películas en las que aparecían perseguidores secundarios, **36** (72%) eran españolas. Por lo tanto, **se confirma parcialmente C3dc**

Hipótesis complementaria (C3dd): Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

En **309** (76,4%) producciones se trataban los outputs (298, un 96,4%) e inputs (11, un 3,6%) españoles. De los **298** outputs, **193** (64,7%) aparecían en películas españolas. **23** (11,9%) películas españolas denotaban un cariz negativo y de todas, **12** películas versaban sobre la *Leyenda Amarilla* (28,6%). Ningún input era tratado en el cine nacional. Sin embargo, la temática no era árabe sino del exotismo europeo, **se rechaza parcialmente C3dd**

Hipótesis básica (B3e): Si **T3** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones árabes

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B3e por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3ea): Si **B3c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en América

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3ea por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3eb): Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3eb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3ec): Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3ec por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3ed): Si **B3c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3ed por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B3f): Si T3 es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en el resto de producciones extranjeras

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B3f por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3fa): Si B3c es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en América

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3fa por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3fb): Si B3c es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3fb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3fc): Si B3c es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3fc por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C3fd): Si B3c es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C3fb por falta de datos significativos**

Hipótesis teórica (T4): España será representada en los largometrajes cinematográficos como un país 100% europeo, alejado del mundo iberoamericano y árabe

Atendiendo a la trama de las **1620** obras analizadas, en **34** (2,1%) ocasiones España comparte protagonismo con otros países. En **14** (41,2% de éstas y 0,9% del total) ocasiones lo hace con Europa, en especial, con Francia, en un 50% de los casos (7, un 0,4% del total). Por lo tanto, desde la óptica de la trama cinematográfica, **se confirma T4**

Hipótesis básica (B4a): Si **T4** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas españolas existirá un gran número de personajes europeos

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar el número de personajes no españoles en los largometrajes nacionales. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B4a por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4aa): Si **B4a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

En cuanto a personajes principales, de **89** perseguidores principales, el **95,5%** eran españoles y de entre los **36** perseguidores secundarios, el **91,6%** eran españoles; de **156** salvadores principales, el **99,3%** eran españoles y de entre los **80** salvadores secundarios, el **92,5%** eran españoles; de **172** víctimas principales, el **97,7%** eran españolas y de entre los **123** víctimas secundarias, el **97,5%** eran españolas. Por lo tanto, **se confirma C4aa**

Hipótesis complementaria (C4ab): Si **B4a** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes europeos

En cuanto a actores españoles, de **90** perseguidores principales, el **5,5%** eran personajes europeos y de entre los **42** perseguidores secundarios, sólo el **14,3%**; de **156** salvadores principales, el **0,64%** eran personajes europeos y de entre los **77** salvadores secundarios, el **2,6%**; de **169** víctimas principales, ningún actor español interpretaba a un personaje europeo y de entre los **126** víctimas secundarias, tampoco ningún actor español interpretaba a un personaje europeo. Por lo tanto, aunque existe dicha interpretación, su presencia es reducida: **se confirma parcialmente C4ab**

Hipótesis complementaria (C4ac): Si **B4a** es cierta, entonces, actores europeos interpretarán a personajes españoles

En cuanto a personajes principales, de **89** perseguidores principales, el **4,5%** de los personajes están interpretados por un actor español y de entre los **36** perseguidores secundarios, el **8,3%**; de **156** salvadores principales, el **0,6%** de los personajes están interpretados por un actor español y de entre los **80** salvadores secundarios, el **3,75%**; de **172** víctimas principales, el **2,3%** de los personajes están interpretados por un actor español y de entre los **123** víctimas secundarias, el **1,6%** es europeo. Por lo tanto, aunque existe dicha interpretación, su presencia es reducida: **se confirma parcialmente C4ac**

Hipótesis básica (B4b): Si **T4** es cierta, entonces, en las producciones cinematográficas europeas existirá un gran número de personajes españoles

De los **1620** sujetos de análisis, **46** obras cinematográficas son de origen europeo. Además, con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar el número de personajes españoles en los largometrajes estrictamente europeos. Por lo tanto, el autor carece de datos que puedan confirmar o rechazar esta hipótesis. **Ni se confirma ni se rechaza B4b por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4ba): Si **B4b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

En cuanto a personajes principales, de **89** perseguidores principales, el **95,5%** eran españoles y de entre los **36** perseguidores secundarios, el **91,6%** eran españoles; de **156** salvadores principales, el **99,3%** eran españoles y de entre los **80** salvadores secundarios, el **92,5%** eran españoles; de **172** víctimas principales, el **97,7%** eran españolas y de entre los **123** víctimas secundarias, el **97,5%** eran españolas. Por lo tanto, tal como se ha visto en el grupo hipotético anterior, **se confirma C4ba**

Hipótesis complementaria (C4bb): Si **B4b** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes europeos

En cuanto a actores españoles, de **90** perseguidores principales, el **5,5%** eran personajes europeos y de entre los **42** perseguidores secundarios, sólo el **14,3%**; de **156** salvadores principales, el **0,64%** eran personajes europeos y de entre los **77** salvadores secundarios, el **2,6%**; de **169** víctimas principales, ningún actor español interpretaba a un personaje europeo y de entre los **126** víctimas secundarias, tampoco ningún actor español interpretaba a un personaje europeo. Por lo tanto, tal como se ha visto en el grupo hipotético anterior, aunque existe dicha interpretación, su presencia es reducida: **se confirma parcialmente C4bb**

Hipótesis complementaria (C4bc): Si **B4b** es cierta, entonces, actores europeos interpretarán a personajes españoles

En cuanto a personajes principales, de **89** perseguidores principales, el **4,5%** de los personajes están interpretados por un actor español y de entre los **36** perseguidores secundarios, el **8,3%**; de **156** salvadores principales, el **0,6%** de los personajes están interpretados por un actor español y de entre los **80** salvadores secundarios, el **3,75%**; de **172** víctimas principales, el **2,3%** de los personajes están interpretados por un actor español y de entre los **123** víctimas secundarias, el **1,6%** es europeo. Por lo tanto, tal como se ha visto en el grupo hipotético anterior, aunque existe dicha interpretación, su presencia es reducida: **se confirma parcialmente C4bc**

Hipótesis básica (B4c): Si **T4** es cierta, entonces, en el resto de producciones cinematográficas extranjeras aparecerán, indistintamente, actores y personajes españoles y europeos interpretándose así mismos o a los otros

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar si en el resto de producciones cinematográficas extranjeras aparecerán, indistintamente, actores y personajes españoles e iberoamericanos interpretándose así mismos o a los otros. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B4c por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4ca): Si **B4c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4ca por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4cb): Si **B4c** es cierta, entonces, actores españoles interpretarán a personajes europeos

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4cb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4cc): Si **B4c** es cierta, entonces, actores europeos interpretarán a personajes españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4cc por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B4d): Si T4 es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones españolas

De las **403** películas que versaban o hacían referencia a España, a los españoles o a sus outputs o inputs, en **268** (66,5% de 403 y 16,5% de la muestra) largometrajes existía algún personaje que interpretaba a un ciudadano español. De ellas (268), **194** (72,3%) eran largometrajes españoles y **74** (27,6%) extranjeros. En **309** (76,4%) producciones se trataban los outputs (298, un 96,4%) e inputs (11, un 3,6%) españoles (Tabla P.3 y P.3a). De las **309** obras, **193** (62,4%) eran españolas y **116** (37,5%) extranjeras. De los **298** outputs, **193** (64,7%) aparecían en películas españolas y **105** (35,2%) en películas extranjeras; ninguna obra española representaba a inputs españoles y los **11** (100%) existentes, provenían de largometrajes extranjeros. En películas españolas, en **187** (56,3%) ocasiones, España aparecía como escenario internacional en el que contar una historia y en **29** ocasiones (44%) como un sujeto internacional que interactuaba con otros actores. Por lo tanto, **se confirma B4d**

Hipótesis complementaria (C4da): Si B4c es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en la UE

De las **205** películas españolas, **46** (22,4%) largometrajes versan sobre el género histórico-peplum como primer género cinematográfico. En cuanto género secundario, **2** (0,9%) se refieren igualmente a cine histórico-peplum. De las **203** películas con trama lineal (99%), **144** (70,1%) se desarrollan en el épocas pasadas. **33** (16% del total de películas españolas) de ellas ambientadas entre los siglos XV y XIX. Desde el punto de vista de España como sujeto internacional, la *Leyenda Negra* copa un **34,5%** (10 largometrajes). Aunque es una temática recurrente, sólo cuando España actúa como sujeto internacional en esta época, se puede hablar de que **se confirma parcialmente C4da**

Hipótesis complementaria (C4db): Si B4c es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra* y *Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

De los **66** largometrajes en los que España aparece como un sujeto internacional, en **20** (31,3%) ocasiones, España aparece como una potencia perseguidora, **6** (20,7%) de ellas en películas españolas. **Se confirma parcialmente C4db**

Hipótesis complementaria (C4dc): Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

En las **111** películas con personajes españoles que interpretaban un rol de perseguidor, aparecían un total de **154** perseguidores: **104** principales y **50** secundarios. En las **104** películas en las que aparecían perseguidores principales, **89** (85,5%) eran españolas. En las **50** películas en las que aparecían perseguidores secundarios, **36** (72%) eran españolas. Por lo tanto, **se confirma parcialmente C4dc**

Hipótesis complementaria (C4dd): Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

En **309** (76,4%) producciones se trataban los outputs (298, un 96,4%) e inputs (11, un 3,6%) españoles. De los **298** outputs, **193** (64,7%) aparecían en películas españolas. **23** (11,9%) películas españolas denotaban un cariz negativo y de las **53** (17,2) producciones que se referían a la *Leyenda Negra*, **16** (30,2%) eran igualmente españolas; **12** películas versaban sobre la *Leyenda Amarilla* (28,6%). Ningún input era tratado en el cine nacional. Por lo tanto, **se confirma parcialmente C3dd**

Hipótesis básica (B4e): Si **T4** es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en las producciones europeas

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B4e por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4ea): Si **B4c** es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en la UE

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4ea por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4eb): Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4eb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4ec): Si B4c es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4ec por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4ed): Si B4c es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4ed por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B4f): Si T4 es cierta, entonces, el protagonismo de España, de sus outputs-inputs o ciudadanos será notable en el resto de producciones extranjeras

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B4f por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4fa): Si B4c es cierta, entonces, la temática versará sobre el papel de España en la UE

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4fa por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4fb): Si B4c es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de España como sujeto internacional será el de un país perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4fb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4fc): Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los personajes españoles versarán sobre un rol de perseguidor

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4fc por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C4fd): Si **B4c** es cierta, entonces, debido a la *Leyenda Negra y Amarilla*, el papel de los outputs o inputs españoles tendrán una influencia negativa en la trama

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C4fd por falta de datos significativos**

Hipótesis teórica (T5): La industria cinematográfica española promociona a España, a sus outputs-inputs o a sus ciudadanos en los largometrajes nacionales

De las **1620** obras analizadas, **205** (12,6%) películas eran de producción nacional, a los españoles o a sus outputs o inputs. En **194** (72,3%) largometrajes existía algún personaje que interpretaba a un ciudadano español. En **160** (94,1%) ocasiones, el salvador principal era español, pero sólo en **2** ocasiones aparecía bajo la *Leyenda Blanca*. En **193** (62,4%) producciones se trataban los outputs españoles, pero no sus inputs. Sin embargo, la *Leyenda Blanca* aparecía sólo en **6** (17,2%) producciones españolas que versaban sobre los outputs. En películas españolas, en **187** (56,3%) ocasiones, España aparecía como escenario internacional en el que contar una historia (**11** (4,8%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*) y en **29** ocasiones (44%) como un sujeto internacional que interactuaba con otros actores (**5** (7,8%) bajo el paraguas de la *Leyenda Blanca*). Por lo tanto, existe una clara exhibición de todos ellos pero no promoción, **se rechaza parcialmente T5**

Hipótesis básica (B5a): Si **T5** es cierta, entonces, al ser el turismo un pilar fundamental de nuestra economía, éste será una temática recurrente en las producciones españolas

En cuanto a turismo como input, no existe ninguna mención en la muestra. En cuanto al turismo como output, aparece en sólo **2** ocasiones (1%). Por lo tanto, **se rechaza B5a**

Hipótesis complementaria (C5aa): Si **B5a** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que el turismo sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre protagonistas extranjeros de países cuyo destino principal sea España

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5aa por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C5ab): Si **B2a** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que el turismo sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre actores extranjeros de países cuyo destino principal sea España

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5ab por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C5ac): Si **B5a** es cierta, entonces, las producciones en las que el turismo sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre espacios geográficos de países cuyo destino principal sea España

En **14** (70%) de **20** ocasiones en las que el turismo español está relacionado con alguna región, aparece Europa. Siendo Reino Unido quien se lleva el 50% de estas menciones. Sin embargo, específicamente sobre localizaciones, no existen datos significativos. **Ni se confirma ni se rechaza C5ac por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B5b): Si **T5** es cierta, entonces, al haber aumentado las inversiones extranjeras en España durante la última década, éstas serán una temática recurrente en las producciones españolas

No existe ninguna mención a inversiones extranjeras en España a lo largo de la muestra para largometrajes españoles. **Se rechaza B5b**

Hipótesis complementaria (C5ba): Si **B5b** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que inversiones extranjeras en España sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre protagonistas extranjeros de países cuyo destino principal de inversiones sea España

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5ba 5ab por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C5bb): Si **B5b** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que inversiones extranjeras en España sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre actores extranjeros de países cuyo destino principal de inversiones sea España

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5bb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C5bc): Si **B5b** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que inversiones extranjeras en España sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre espacios geográficos de países cuyo destino principal de inversiones sea España

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5bc por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B5c): Si **T5** es cierta, entonces, al tener España una economía internacionalizada, sus exportaciones serán una temática recurrente en las producciones españolas

No existe ninguna mención a exportaciones españolas a lo largo de la muestra para largometrajes españoles. **Se rechaza B5c**

Hipótesis complementaria (C5ca): Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre protagonistas extranjeros de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5ca por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C5cb): Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre actores extranjeros de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5cb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C5cc): Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre espacios geográficos de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5cc por falta de datos significativos**

Hipótesis básica B5d: Si **T5** es cierta, entonces, al copar la población inmigrante en torno al **20%** de la población española en 2009, ésta serán una temática recurrente en las producciones españolas

No existe ninguna mención a exportaciones españolas a lo largo de la muestra para largometrajes españoles. **Se rechaza B5d**

Hipótesis complementaria (C5da): Si **B5d** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre protagonistas extranjeros de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5da por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C5db): Si **B5d** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre actores extranjeros de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5db por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C5dc): Si **B5d** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que las exportaciones españolas sea una temática recurrente, versarán

principalmente sobre espacios geográficos de países que consuman principalmente bienes o servicios españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5dc por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B5d): Si **T5** es cierta, entonces, debido a la importancia que ha tomado nuestra lengua, nuestra cultura, nuestra macroeconomía, nuestra política, nuestro deporte y otros parámetros de nuestra sociedad, éstas serán una temática recurrente en las producciones españolas

En este caso, en **188** (97,5%) ocasiones de **193** menciones, aparece la cultura española como transfondo en las producciones nacionales. **Se confirma B5d**

Hipótesis complementaria (C5da): Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que estos parámetros sea una temática recurrente, versarán sobre protagonistas/embajadores españoles

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5da por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C5db): Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que estos parámetros sea una temática recurrente, versarán sobre actores españoles emulando a personajes españoles de éxito

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C5db por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C5dc): Si **B5c** es cierta, entonces, las producciones españolas en las que estos parámetros sea una temática recurrente, versarán principalmente sobre espacios geográficos españoles

En **184** (89,7%) ocasiones de **205** menciones, aparecen regiones españolas. Siendo Madrid (107, 58,1%), Andalucía (20, 10,8%) y Castilla y León (14, 7,6%) las más representadas. **Se confirma C5dc**

Hipótesis teórica (T6): El género *peplum* es un tipo de cine poco explotado por nuestra industria cinematográfica

El *Cine Histórico-Peplum*, cuenta en la muestra con **100** largometrajes (24,8%) como género primario, el de mayor protagonismo y sólo 4 (1%) como género secundario. Por lo tanto $\frac{1}{4}$ parte del cine español es de tipo histórico. **Se rechaza T6**

Hipótesis básica (B6a): Si **T6** es cierta, entonces, los largometrajes sobre género *peplum* que versen directamente sobre España, sobre sus outputs-inputs o sobre sus ciudadanos serán mayoritariamente de origen extranjero

Es mayor el cine histórico producido en el extranjero que el de producción nacional dentro del análisis de género principal, ya que el cine foráneo representa el **54%** de este tipo. Sin embargo, como género secundario, producciones nacionales y extranjeras permanecen empatadas en representación. **Se confirma B6a**

Hipótesis complementaria (C6aa): Si **B6** es cierta, entonces, la imagen proyectada en este tipo de filmes se hallará bajo el paraguas de la *Leyenda Negra o Amarilla*

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C6aa por falta de datos significativos**

Hipótesis básica (B6b): Si **T6** es cierta, entonces, los largometrajes españoles versarán mayoritariamente sobre otro tipo de géneros cinematográficos

Muy cercano al género primario de cine histórico, la muestra cuenta con *Comedias*, con **84** (20,8%); *Cine de suspense, thriller o terror*, con **70** (17,4%) o *Drama*, con **64** (15,9%), **Se confirma B6b**

Hipótesis complementaria (C6ba): Si **B6b** es cierta, entonces, la producción cinematográfica española en otros géneros evitará centrarse en asuntos históricos sobre España

Como hemos visto en **T5** y **T6**, esta afirmación no es del todo correcta. **Se rechaza C6ba**

Hipótesis complementaria (C6bb): Si **B6b** es cierta, entonces, la producción cinematográfica española se centrará en géneros que representen la realidad actual de España

Como hemos visto en **B6b**, muy cercano al género primario de cine histórico, la muestra cuenta con *Comedias*, con **84** (20,8%); *Cine de suspense, thriller o terror*, con **70** (17,4%) o *Drama*, con **64** (15,9%), **Se confirma C6bb**

Hipótesis básica (B6c): Si **T6** es cierta, entonces, las producciones españolas de cine peplum tratarán sobre temáticas con potencias o enemigos exógenos y no sobre enfrentamientos internos

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza B6c por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C6ca): Si **B6c** es cierta, entonces, los personajes enemigos de España en este tipo de películas serán ciudadanos extranjeros

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C6ca por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C6cb): Si **B6c** es cierta, entonces, los actores que den vida a los personajes enemigos de España en este tipo de películas serán ciudadanos extranjeros

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C6cb por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C6cc): Si **B6c** es cierta, entonces, las potencias enemigas principales serán europeas

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C6cc por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C6cd): Si **B6c** es cierta, entonces, las potencias enemigas secundarias serán árabes

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C6cd por falta de datos significativos**

Hipótesis complementaria (C6ce): Si B6c es cierta, entonces, las potencias enemigas secundarias serán iberoamericanas
--

Con los datos obtenidos del análisis muestral no es posible cuantificar esta hipótesis. Por lo tanto, **ni se confirma ni se rechaza C6ce por falta de datos significativos**

5. CONCLUSIONES

5. DISCUSIÓN Y COMENTARIOS

Para Gildo Seisdedos, experto en márketing de ciudades del *Instituto de Empresa*, la marca España es todavía emergente y está asociada a «unos valores clásicos, conservadores, unidos a tópicos tradicionales, con una relación muy directa a Andalucía, sol, playa, flamenco o toros». Julio Cerviño, profesor de la *Universidad Carlos III de Madrid*, afirma, sin embargo, que España sólo ha utilizado una estrategia de marca para posicionarse en el exterior en el sector turístico. «En los demás sectores no. Cuestión clave que debe de estar en la agenda de más alto nivel de la *Administración del Estado* o, incluso, al nivel de gestión de la *Casa Real*»¹⁹⁶.

5.1 CORPUS TEÓRICO

Antes de avanzar más datos de la parte empírica de esta tesis doctoral, el autor considera que es relevante para el estudio sintetizar las conclusiones clave derivadas de la parte teórica y que fundamentan la necesidad y perspectiva de este trabajo:

1. Existencia de una literatura predominantemente negativa (*Leyenda Negra*), abundante y transnacional sobre el papel del *Imperio Español* en Europa y en América, basada en una *Hispanofobia* y que tiene sus orígenes en el siglo XVI. En general, se percibe una crítica a España *como sujeto internacional*, donde abundan las críticas a:
 - a. Al descubrimiento español de América
 - b. A los excesos de los conquistadores españoles en América
 - c. A la política de conquista española en América
 - d. Al monopolio del comercio español con América (especias, oro y esclavos, fundamentalmente)
 - e. Al escaso legado de España en América tras su emancipación

¹⁹⁶ «España, un país en busca de una imagen». Pensilvania: *Knowledge Wharton School*, Universidad de Pensilvania. 04 de abril de 2007

- f. A la cristianización forzosa de América
 - g. Al dominio español de Flandes
 - h. Al dominio español de Italia
 - i. Al dominio español de Portugal
 - j. A la beligerancia española con Inglaterra
 - k. Al pasado árabe español como contraposición al europeísmo de otras potencias continentales
 - l. Al fuerte peso religioso de la *Iglesia Católica* en la sociedad y política española, especialmente, referido a la Inquisición y a los Jesuitas
 - m. Al analfabetismo del pueblo español
 - n. A la rudeza de los conquistadores y tercios españoles
 - o. Al distanciamiento español de las corrientes culturales europeas (*Aislamiento de Felipe II, Cordón Sanitario de Floridablanca o Autarquía Franquista*)
 - p. A la demonización de España en el desarrollo de la Europa Moderna: *Demonio del Mediodía* y consecuencias históricas posteriores: la *Cuestión Española*
 - q. A la escasa aportación de España al acervo cultural común europeo
2. Existencia de una literatura predominantemente exótica (*Leyenda Amarilla*) abundante y transnacional sobre la cultura y el folclore español, especialmente el andaluz; basada en las *corrientes hispanistas europeas* y que concluyeron a finales del siglo XIX y principios del siglo XX en una *Hispanomanía*. En general, se percibe una España *como sociedad y pueblo* (versus sujeto internacional, como ocurría con la *Leyenda Negra*), focalizando sus percepciones desde la óptica de:
- a. Las experiencias de viajeros europeos en España (*Curiosos Impertinentes*)
 - b. Las diferencias culturales entre España y el resto del continente europeo: la *Patria Chica* o el *Último Gran País*
 - c. El peso de lo andaluz en la cultura española (dando gran importancia a su folclore)
 - d. Mezcolanza entre lo gitano y el resto de la sociedad española
 - e. El pasado árabe español y su legado arquitectónico y cultural
 - f. El retraso español con respecto al resto del continente europeo

- g. La menor existencia de valores europeos y occidentales en la cultura española
 - h. Pilares del *Topicazo Español* y los estereotipos clásicos: toros, flamenco, sol y paella
3. Existencia de una literatura en Occidente sobre la España de la dictadura franquista (*Leyenda Aurinegra*¹⁹⁷) que aunó aspectos de la *Leyenda Negra* y de la *Leyenda Amarilla* en un mismo lugar y tiempo, afectando tanto a España como sujeto internacional y sociedad:
- a. Promoción de la cultura popular, sobre todo andaluza: *Flamenquismo* durante los años '30 y *Generación de las Folclóricas* durante los años '50
 - b. Promoción de una España católica bajo las premisas de *Reserva Espiritual de Occidente* y *Centinela de Europa* versus el laicismo y protestantismo del resto de países
 - c. Promoción exterior de las diferencias culturales entre España y el resto del continente europeo como atractivo turístico (*Spain is Different*)
 - d. Acentuación de las «Dos Españas» debido a la *Guerra Civil* y a la rivalidad entre vencedores y vencidos.
 - e. Desarrollo de una industria cinematográfica de exaltación nacional (NO-DO y CIFESA) que desarrolla un cine de pasado colonial, de héroes, pícaros, bandoleros o desarraigados.
 - f. Existencia de una dictadura franquista con gobiernos militares, intervenciones coloniales en el Sáhara Occidental o Sidi Ifni y una fuerte presencia de la *Guardia Civil* en la sociedad española
4. Consolidación de una rápida *Leyenda Blanca*, basada en los hitos de España de finales del siglo XX y principios del siglo XXI:
- a. Existencia de un *Poder Blanco Español*, basado en el peso de la cultura española en el conjunto internacional gracias a sus *ThinkTanks*, a su peso cultural y político en Iberoamérica, en la Unión Europea y a su influencia en el mundo árabe mediterráneo.

¹⁹⁷ El autor toma la esencia de la *Bandera Aurinegra*, icono del *anarcosindicalismo*, como símbolo de la visión cooperativa de los sesgos de la *Leyenda Amarilla* y de la *Leyenda Negra* que se dieron bajo la dictadura de Francisco Franco en el dualismo internacional de Occidente.

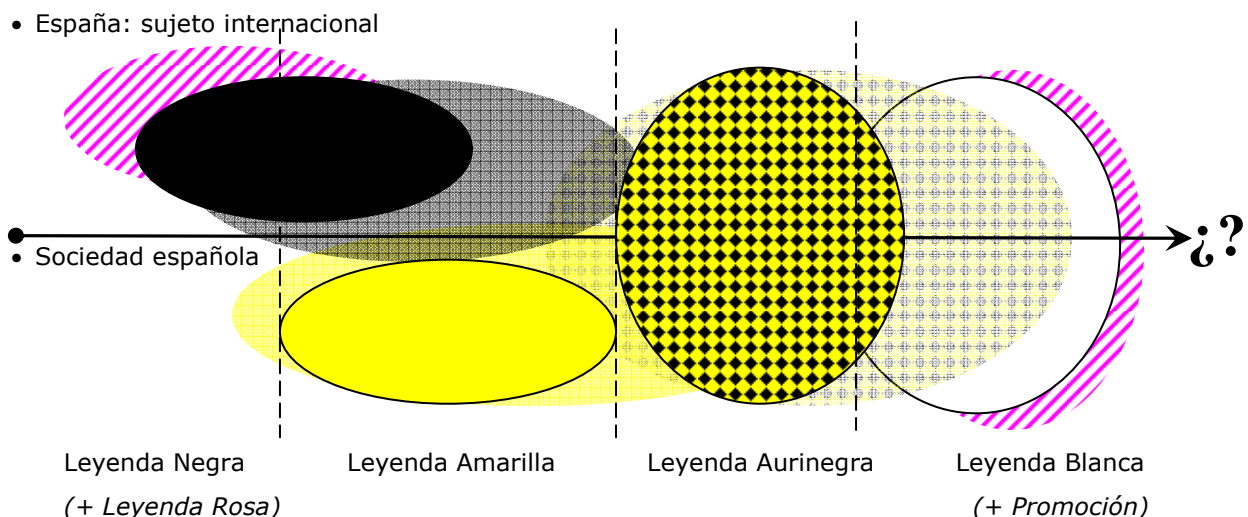
- b. Existencia de políticas - *Desarrollismo* de los '60 y *Decada Maravillosa* del '75-'85- de dinamización nacional: ingreso en la *ONU*, en la *OTAN* y en la *CE*, proceso de *Transición Política Española*, creación de un *Modelo Territorial* basado en el mayor paso de las regiones y del *Plan de Estabilización y Liberalización Económica*, *Convergencia Económica Europea*, *Internacionalización de la Economía Española* e *Inversión en Infraestructuras*, *Energías Verdes* y *TICs*. Elementos que conforman el llamado «Milagro Español»
- c. Existencia de una *Política de Megaeventos* internacionales con sede en España: *Copa del Mundial de Fútbol* y *Mundial de Fútbol de 1982*, *Exposición Universal de Sevilla*, *Juegos Olímpicos de Barcelona* y *Capital Cultural de Europa* de 1992 en Madrid, *Campeonato Europeo de Natación de Sevilla de 1997*, *Campeonato Mundial de Natación de Barcelona de 2003*, *el Forum Universal de las Culturas de Barcelona de 2004*, *Final de la Copa Davis de Sevilla de 2004*, *Juegos Mediterráneos de Almería de 2005*, *Campeonato Europeo de Baloncesto de Madrid de 2007*, *America's Cup Louis Vuitton en Valencia de 2007 y 2010*, *Exposición Universal de Zaragoza de 2008*, *G.P. de Europa de automovilismo de Valencia de 2008-2014*, *Final de la Copa Davis de Benidorm de 2009*, *Copa Davis de Logroño de 2010*, *Capitalidad Cultural Europea de Santiago de Compostela 2000*, *Salamanca 2002* y *Córdoba 2016* y *Mundial de Fútbol de España-Portugal de 2018*, así como los intentos para celebrar los *Juegos Olímpicos Madrid 2012* y *Madrid 2016*, por ejemplo.
- d. Reconocimiento internacional del papel de la *Monarquía Española* en el proceso de transición política española, nacimiento del *Modelo de Transición Política Español* como ejemplo para otros países y papel mediador del Rey en asuntos internacionales (sobre todo en Iberoamérica).
- e. Importante peso del *Castellano* en Estados Unidos, Iberoamérica, Mediterráneo, Asia y Europa y relevante influencia internacional del *Instituto Cervantes* y de la *Fundación Príncipe de Asturias* en su promoción.

- f. Existencia de referentes nacionales (*embajadores españoles*) en diferentes ámbitos del panorama internacional: *Ferrán Adriá, Severiano Ballesteros, Valentín Fuster, Juan Antonio Samaranch, Amancio Ortega, José Carreras, Javier Solana, Rafael del Pino, Pedro Luis, Joan Massagué, Pedro Almodovar, Penélope Cruz, Javier Barden, Antonio Banderas, Fernando Alonso, Rafael Nadal, los hermanos Gasol o Nani Rubio*, por ejemplo.
- g. Existencia de políticas nacionales que influyen en el peso de España en Iberoamérica, en la Unión Europea, en el mundo árabe y en los Estados Unidos: *Cumbres de Jefes de Estado Iberoamericanos, Comunidad Iberoamericana de Naciones, Organización de Estados Iberoamericanos, Agencia Española de Cooperación Internacional, Congresos de la Lengua Española, Unión Europea y Presidencia Europea de Turno de la UE (Trío Europeo'10), Unión Europea del Mediterráneo, Alianza de Civilizaciones, G-8/G-20 o Misiones de Paz* en otras áreas de influencia, por ejemplo.
- h. Existencia de políticas regionales de promoción de su *city/region brand*: *Operación'92/Efecto'92, Museo Guggenheim de Bilbao, Ciudad de las Artes de Valencia, proyecto olímpico Madrid 2012 o Madrid 2016 o el barrio de la Almozara de la Expo de Zaragoza*, por ejemplo.
- i. Existencia de políticas regionales de promoción turística rural y cultural en contraposición a los paquetes de sol y playa (diversificación de la oferta turística) con una mayor especialización y calidad
- j. Existencia de *Love Brands* nacionales reconocidas internacionalmente: *Real Madrid, F.C. Barcelona, Telefónica, Santander, ESADE, IESE, IE, BBVA, El País, El Mundo, Gas Natural, Iberdrola, Inditex, Zara, Repsol-YPF, Pescanova, Barceló Resorts, NH Hoteles, Roca o Acciona*, por ejemplo.
- k. Éxito del *Modelo Financiero Español* como antítesis de la *Crisis Financiera de 2008*
- l. Existencia de una *Prensa Internacional Favorable* a los nuevos roles de la España del siglo XXI que promueven la existencia de una *Leyenda Blanca Española*

- m. Existencia de un sentimiento popular y de políticas (durante el siglo XIX y XX) que buscan renovar o mejorar la imagen y valores de España, tanto a nivel regional como nacional: *Europeización, Regeneracionismo, Restauración, Renaixensa o Resurdimiento* principalmente, durante el siglo XX.
 - n. Toma de conciencia de un *Modelo de Redes Asociativas* que influyen en la toma de decisiones y en la memoria individual y colectiva de los ciudadanos: percepción empresarial y política para crear una marca paraguas «España» y mejora de su COO: «Made in Spain» para la mejor exportación de bienes y servicios nacionales
 - o. Existencia de un «optimismo internacional» sobre el rol de España en el mundo: *California Europea, Prusianos del Sur, Sunny Business, Neoimperialismo Español, la Armada Invencible, Spanish Way of Life, los Mejores del Mundo en Casi Todo o los Nuevos Conquistadores*
5. Existencia de un posible *Cambio de Paradigma* debido a una coyuntura económica desfavorable para el denominado «Milagro Español»: *Crisis Financiera de 2008* y estallido de la *Burbuja Inmobiliaria Española* de 2009
- a. Existencia de un «pesimismo internacional» promovido por los principales medios económicos extranjeros (*Financial Times, The Economist* y *Le Monde*, principalmente): «de cerdo (PIGs) volando a cerdo en el fango», «víctima de una conspiración internacional», «España en la cola de la Eurozona» o «el país que deja las cosas para mañana».
 - b. Existencia de un nuevo proyecto consensuado de «Made in Spain» - a medio plazo - basado en proyectos de alta tecnología e inversión en energías renovables, grandes infraestructuras civiles, redes ferroviarias de alta velocidad y tratamiento de aguas ampara bajo la *Ley de Economía Sostenible*
 - c. Existencia de notables diferencias regionales y territoriales; promoción y existencia de nacionalismos (y de terrorismo) y atomización de las políticas de promoción regional en detrimento de políticas nacionales
6. Carencia de una promoción internacional fuerte y homogénea del concepto de España y de lo español
- a. Tardío nacimiento del *Foro de Marcas Renombradas Españolas*

- b. Excesiva dependencia científica del *Instituto de Comercio Exterior* - enfocado desde una perspectiva económica - en los estudios sobre nuestra imagen-país
- c. Escasa producción y promoción científica del *Real Insituto de Elcano de Estudios Estratégicos e Internacionales*
- d. Intensa promoción regional sin un paraguas nacional que lo respalde
- e. Escasa internacionalización de una producción audiovisual nacional
- f. Escasa promoción de las variables del «Made In Spain» en el cine español
- g. Escasa neutralización de los filtros y sesgos nacionales
- h. Escasa promoción del verdadero «estilo de vida español» y del «español promedio»
- i. Adaptación de marcas españolas a otros mercados sin un COO definido: *Massimo Dutti, Springfield, Women' Secret, Armand Basi, Keraben, Rodman, Oysho, Bershka, Kiddy's Class, Roberto Berino, Pull and Bear, Natura Bissé, Victorio & Lucchino, Pulligan, Smint*, por ejemplo.

a) Diagrama explicativo



5.2 CORPUS EMPÍRICO

1. La presencia de España, de los españoles o de sus outputs e inputs es relevante en la muestra analizada, entorno al 25%. Eliminando de este cómputo la obra audiovisual de producción nacional (12,7%), su presencia desciende a un 12,2%, aunque sigue siendo relevante en comparación a la presencia de otras marcas-país.
 - a. En su mayoría, las obras más vistas en España provienen de las factorías audiovisuales de Estados Unidos (74,2%) y del resto de países de la UE (23,2%)
 - b. La coproducción española con otros países es baja (5,4%) en relación a películas de producción puramente española (94,6%). En su mayoría, las coproducciones se realizan con países Iberoamericanos (54,5%) y de la UE (45,5%)
2. El consumo cinematográfico español es – sobre todo - orientado a la producción contemporánea, con reducida presencia de películas anteriores a 1980 (29,4% del total)
3. El consumo cinematográfico español se aferra a largometrajes de dos o más horas de duración en un 98,1% de los casos
4. El consumo cinematográfico español en relación a los géneros cinematográficos, se encuentra bien repartido (alrededor del 20%) en su reparto por géneros primarios y secundarios, exceptuando el cine bélico (10,2%), cine del oeste (4,7%), de animación (3%) y documental (1,5%). El cine histórico y la comedia, son los dos géneros que más triunfan en ambas categorías.
5. España se convierte en un escenario internacional en el que contar una historia en el 14% de los casos estudiados.
 - a. Un 1/3 de su presencia es estereotipada bajo alguna de las *leyendas* estudiadas, siendo la *Leyenda Negra* la que mayor protagonismo consigue (11,5%). Su lectura y resultados difiere a razón del objeto y óptica de estudio, por lo que estos datos son orientativos
 - b. Como sujeto internacional, en el espectro cinematográfico estudiado, España se relaciona sobre todo con países europeos (55,8%), siendo

- Francia (27,6%) y Reino Unido (24,1%) los que más presencia cosechaban. Las relaciones con Estados Unidos era la segunda en importancia, con un 17,3%. Su lectura y resultados difiere a razón del objeto y óptica de estudio, por lo que estos datos son orientativos
- c. En su mayoría (84,6%), España no aparece ni como sujeto perseguidor, ni como potencia víctima, ni salvadora; sin embargo, cuando lo hace, es más fuerte el rol de víctima o perseguidor al de salvador, en una proporción de 34 a 1. Su lectura y resultados difiere a razón del objeto y óptica de estudio, por lo que estos datos son orientativos
 - d. En general (93%), la presencia de España no sugiere la consecución o no de objetivos; sin embargo, cuando lo hace, es mayor el número de obras en las que no los consigue a los largometrajes en los que sí lo hace, en una proporción de 7 a 1. Su lectura y resultados difiere a razón del objeto y óptica de estudio, por lo que estos datos son orientativos
6. Atendiendo a los símbolos de identidad, es mayor la atención que se brinda a símbolos regionales que a símbolos nacionales, aunque su diferencia no es muy grande (0,3%). En cualquier caso, las referencias a ciudadanos españoles es mayor que la referencia a símbolos nacionales o a símbolos regionales.
- a. Madrid, es la región que más protagonismo tiene en la muestra; sin embargo, si se exceptúan las películas españolas, su presencia es bastante similar a la de Andalucía en las películas extranjeras
7. Es considerablemente mayor el número de outputs españoles tratados (96,4%) que el de los inputs españoles presentados (3,6%).
- a. La presencia de una estereotipación de los mismos gira alrededor del 50% de los mismos, siendo la *Leyenda Negra* la más notable, seguida de la *Leyenda Amarilla*, *Blanca* y *Aurinegra*, respectivamente.
 - b. Los outputs más notables se refieren a términos culturales en un 83,2% de los casos, siendo su composición bastante variada, incluida el turismo (de especial interés es la presencia de *Picasso* y su legado artístico, presente en al menos once obras)
 - c. Los inputs más notables, se refieren al turismo, a la inversión extranjera o a la importación de BySs. Cabe señalar que el turismo cultural es mayor que el turismo de sol y playa.

- d. Prácticamente, la mitad de estos outputs e inputs se relacionaban con países europeos y sólo una cuarta parte con Estados Unidos. Los vínculos comerciales con Iberoamérica se quedaban en una quinta parte de la muestra. Los países europeos más relacionados con nuestro mercado eran Francia (23,8%) y Reino Unido (7,1%).
- 8. Mayoritariamente, las películas tenían una trama lineal (96,3%). De entre las alteriaciones cronológicas encontradas, la *analipsis* copaba dos terceras partes de ellas y el *tiempo paralelo*, una cuarta parte.
 - a. Dos terceras partes de las películas con trama lineal, están ambientadas en épocas pasadas, el resto, mayoritariamente, en nuestros días. La producción de cine futurista es escasa. Proporciones que se corresponde con las películas con una trama no lineal.
 - b. En cuanto a la ambientación pretérita, la época entre el S. XVI y S. XIX es mayoritariamente la más tratada
- 9. En más de la mitad de las obras en las que versaban o hacían referencia - directamente o indirectamente - a España, nuestro país aparecía como escenario (57%).
 - a. Esto ocurría en un 81% de las películas españolas y en un 18,8% de las extranjeras
 - b. En un 85% de los casos, España aparecía en exclusiva como escenario de la obra. En las ocasiones en las que compartía escenario con otros países, la Unión Europea (41%) y con Estados Unidos (20%) eran las regiones mayoritarias, siendo Francia, Reino Unido o Italia los países europeos con los que se compartía presencia
 - c. Un tercio de estas apariciones mostraban una España bajo alguna de las leyendas estudiadas. Sin embargo, el rol negativo de nuestro país era mayor al positivo o neutro que podría mostrar
- 10. En un 16,5% de las películas de la muestra, aparecen personajes españoles o que emulan a ciudadanos españoles.
 - a. Esto ocurría en un 81% de las películas españolas y en un 18,8% de las extranjeras
 - b. En su mayoría, su rol correspondía principalmente a un personaje circunstancial (12,8%), víctima (11,4%), salvador (10,6%) o perseguidor (6,9%). Es necesario señalar que en comparación entre nacionalidad y

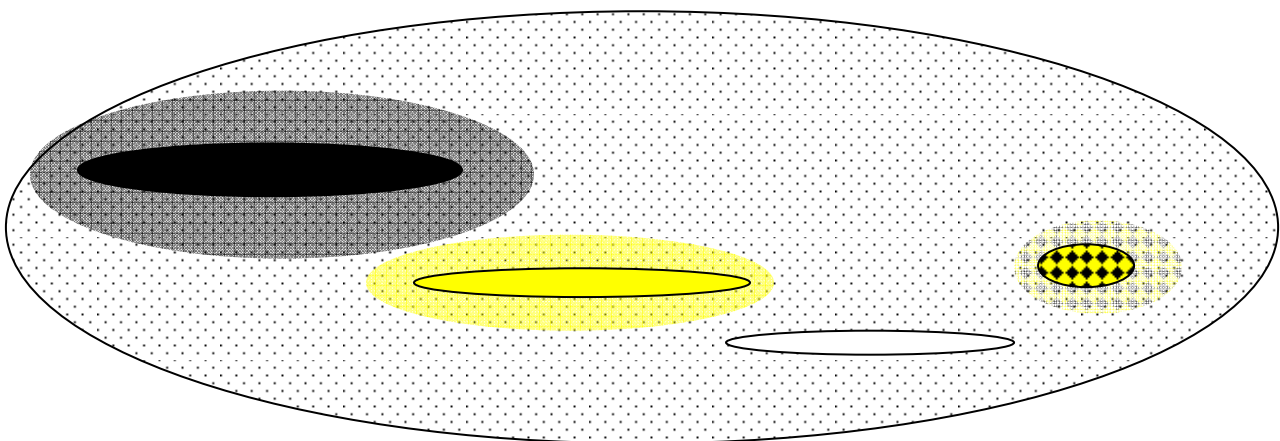
roles, el número de personajes perseguidores españoles era mayor en películas extranjeras que españolas

- c. Tanto el perfil de perseguidor, salvador, víctima, como circunstancial de un personaje español suele estar interpretado por un ciudadano español o europeo (principalmente ingleses o italianos), hombre, que no consigue sus objetivos, que sobrevivía a la trama, sin caracterización física, sin caracterización en la indumentaria, sin una leyenda que lo ofusque y sin una caracterización en el habla. Es necesario destacar que toda caracterización física o en la indumentaria, proviene de películas sólo extranjeras y se encuentra relacionada con Andalucía, tal como ocurre en la caracterización del habla, que suele ocurrir en películas españolas. Este perfil es más significativo en los perfiles principales que secundarios.
 - d. El personaje implícitamente español suele estar interpretado por un ciudadano europeo (principalmente ingleses o franceses), hombre, que no consigue sus objetivos, que sobrevivía a la trama, sin caracterización física, sin caracterización en la indumentaria, sin una leyenda que lo ofusque y sin una caracterización en el habla. Es necesario destacar que toda caracterización física o en la indumentaria, proviene de películas sólo extranjeras y se encuentra relacionada con Andalucía, tal como ocurre en la caracterización del habla, que suele ocurrir en películas españolas.
11. En un 15,4% de las películas de la muestra, aparecen actores españoles que emulan a diferentes personajes.
- a. Esto ocurría en un 79,1% de las películas españolas y en un 20,9% de las extranjeras
 - b. En su mayoría, su rol correspondía principalmente a un personaje circunstancial (12,3%), víctima (11,3%), salvador (10,5%) o perseguidor (6,1%).
 - c. Tanto el perfil de perseguidor, salvador, víctima, como circunstancial interpretado por un actor español suele ser un personaje español o europeo (principalmente ingleses o italianos), hombre, que no consigue sus objetivos, que sobrevivía a la trama, sin caracterización física, sin caracterización en la indumentaria, sin una leyenda que lo ofusque y sin

.....

1

6



1

1

1

1

6. CONCLUSIONES DE ESTE ESTUDIO

A la hora de empezar a definir las líneas generales de este trabajo de investigación, se enmarcaban tres objetivos que pretendían canalizar el corpus hipotético de este estudio. Concluida la investigación, se torna necesario para el autor dar cuenta si al final de este trabajo, dichos objetivos se han alcanzado o si por el contrario, han quedado incompletos:

Objetivo 1 (O1): *Comprobar si existe una evolución entre la imagen mostrada de España, de sus ciudadanos o de sus outputs e inputs entre las primeras obras cinematográficas de la historia y las producciones más novedosas*

Objetivo alcanzado. Desde el punto de vista de España como escenario internacional donde contar una historia, como sujeto internacional, como outputs e inputs nacionales y como ciudadanos españoles, se ha visto una clara tendencia ascendente en el tratamiento de la *Leyenda Negra*, *Leyenda Amarilla*, *Leyenda Aurinegra* y *Leyenda Blanca*: de forma significativa a lo largo de los años, debido al mayor número de películas analizadas en las décadas presentes con respecto a las pretéritas y siendo característico la aparición lógica de la *Leyenda Blanca* en los largometrajes rodados a partir de 1990 - obteniendo un rápido crecimiento en la última década -. Cabe mencionar un descenso de apariciones en todas las leyendas (menos la *Blanca*) en los años '60 y '70, aspecto que podría servir como posible nueva línea de investigación para este estudio.

En consecuencia, a pesar de la existencia de unos sesgos positivos para la imagen-país basados en la *Leyenda Blanca*, no desciende el número de variables que indican un mantenimiento a lo largo del tiempo de los sesgos típicos de la *Leyenda Negra*, *Leyenda Amarilla* y *Leyenda Aurinegra*. Con lo que los primeros no reconducen la imagen nacional y los segundos siguen permaneciendo de forma perenne. Sería interesante realizar un seguimiento periódico de estos términos para ahondar en un

posible cambio de tendencia a medio plazo debido a la entrada en escena de la *Leyenda Blanca*.

Objetivo 2 (O2): *Conocer si la producción nacional cinematográfica difiere a la producción internacional y cómo la imagen de España, de sus ciudadanos o de sus outputs e inputs es tratada en unas y otras producciones*

Objetivo parcialmente alcanzado. Existe una clara diferencia de la imagen proyectada de España, de sus ciudadanos y de sus outputs e inputs entre la producción cinematográfica nacional y la producción extranjera. Sin embargo esa diferencia no es dispar, sino próxima; al carecer el cine español de una función propagandística. Por lo tanto, no parece existir, según los datos de este estudio, un antagonismo entre ambas producciones, sino de una semejanza estereotipada cuyas diferencias se basan en las percepciones lógicas de cada cultura.

Sin embargo, hubiera sido interesante para este estudio el conocer el tratamiento dado por regiones (Iberoamérica, Estados Unidos, Europa y mundo árabe) de forma individualizada y no en un compendio bajo el epígrafe de «cine extranjero» para haber podido ahondar más y mejor en este objetivo.

Objetivo 3(O3): *Analizar la capacidad de España para influir a través del cine nacional en la formación de su imagen-país y la neutralización de los sesgos históricos*

Objetivo alcanzado. La capacidad de España para influir a través del cine se torna capital debido a su triple dimensión geoestratégica (Europa, Iberoamérica y mundo árabe), a la influencia de su idioma a nivel internacional y al innato *poder blando español*. Sin embargo, esa capacidad no se ve recompensada con una promoción (*Leyenda Blanca*) del estilo de vida español, del español promedio proyectado o de los valores de nuestra sociedad, ni una neutralización de los estereotipos patrios (*Leyenda Negra*, *Leyenda Amarilla* o *Leyenda Aurinegra*) en la producción cinematográfica española. La capacidad parece quedar reducida a una mera exhibición.

En conclusión, en España, el cine no parece ser una herramienta propagandística a ojos de este estudio de investigación. Y tampoco, a ojos de Alex de la Iglesia, presidente de la *Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas*, según dejó claro en su discurso de los *XXIV Entrega de los premios Goya (2010)* donde reivindicó el papel del cine español como herramienta publicitaria del *Gobierno de España* durante la *Presidencia Europea 2010 (Trío Europeo'10)*.

6.1 CONCLUSIONES DEL CORPUS TEÓRICO

1. Existencia de una literatura predominantemente negativa (*Leyenda Negra*), abundante y transnacional sobre el papel del *Imperio Español* en Europa y en América, *Hispanofobia*, que trata España como *sujeto internacional*.
2. Existencia de una literatura predominantemente exótica (*Leyenda Amarilla*) abundante y transnacional sobre la cultura y el folclore español, especialmente el andaluz; basada en las *corrientes hispanistas europeas*, *Hispanomanía*, que percibe una España *como sociedad y pueblo*.
3. Existencia de una literatura abundante y transnacional sobre la España de la dictadura franquista (*Leyenda Aurinegra*) que aunó aspectos de la *Leyenda Negra* y de la *Leyenda Amarilla* en un mismo lugar y tiempo, afectando tanto a España *como sujeto internacional y sociedad*.
4. Consolidación de una rápida, abundante y transnacional, *Leyenda Blanca*, basada en los hitos de España de finales del siglo XX y principios del siglo XXI.
5. Existencia de un posible *Cambio de Paradigma* debido a una coyuntura económica desfavorable: *Crisis Financiera de 2008* y estallido de la *Burbuja Inmobiliaria Española* de 2009
6. Carencia de una promoción internacional fuerte y homogénea del concepto de España (imagen-país y marca paraguas), de lo español (estilo de vida e inputs y outputs) y del ciudadano promedio.

6.2 CONCLUSIONES DEL CORPUS EMPÍRICO

1. La presencia española en la muestra, es relevante (12,2%); sin embargo, su presencia se reduce a apariciones circunstanciales: España como escenario internacional, como sujeto internacional; así como sus inputs, outputs, ciudadanos o regiones.
2. Tres cuartas partes de las películas que no eran españolas, procedían de Estados Unidos, la cuarta parte restante, de países europeos. En consecuencia, la importancia de Estados Unidos como configurador de la imagen-país de España es más que relevante. Existe un uso recurrente de los galeones, tesoros y roles de los españoles en la conquista de América y una mezcolanza entre lo español y lo latinoamericano en su cine.
3. Dos terceras partes de las obras de la muestra tienen menos de treinta años de antigüedad; en especial, la importancia del cine de consumo de los últimos diez años es relevante
4. Prácticamente, en su totalidad, los sujetos analizados en la muestra duran dos o más horas de metraje y su trama es de carácter lineal
5. La distribución por géneros cinematográficos es bastante equitativo a lo largo de la muestra, destacando el cine histórico y de comedia, tanto en películas españolas como extranjeras
6. La contaminación de la *Leyenda Negra*, *Leyenda Amarilla*, *Leyenda Blanca* o *Leyenda Aurinegra* copa, aproximadamente, una tercera parte de España como escenario internacional, como sujeto internacional; así como sus inputs, outputs, ciudadanos o regiones. Su distribución en importancia corresponde con la enumeración marcada (*Leyenda Negra*, *Leyenda Amarilla*, *Leyenda Blanca* o *Leyenda Aurinegra*), siendo su alcance negativamente progresivo a cada una de ellas

7. La presencia de las identidades regionales supera a la identidad nacional. Madrid, es la región protagonista; sin embargo, exceptuando a las películas españolas, su presencia es bastante similar a la de Andalucía en las películas extranjeras.
8. Tanto a nivel regional como en influencia cultural, Andalucía es la región que más influye en la caracterización física, de indumentaria y en el habla de los personajes de los sujetos de la muestra. La caracterización física y en indumentaria es común sólo en las películas extranjeras, por el contrario, la caracterización del habla, es más común en las películas españolas.
9. El número de outputs tratados (96,4%) es mayor al número de inputs mostrados (3,6%). El output más destacado es el componente cultural español. Especial importancia refleja *Picasso* y su legado artístico.
10. El español promedio reflejado tanto como personajes como por actores es un sujeto, principalmente circunstancial, interpretado por un ciudadano español o europeo (principalmente ingleses o italianos), hombre, que no consigue sus objetivos, que sobrevivía a la trama, sin caracterización física, sin caracterización en la indumentaria, sin una leyenda que lo ofusque y sin una caracterización en el habla.

6.3 CONCLUSIONES DERIVADAS DE ESTE ESTUDIO

1. En las películas españolas, España, como sujeto internacional o escenario internacional tienden a ser caracterizadas bajo los sesgos de la *Leyenda Negra*, *Leyenda Amarilla*, *Leyenda Blanca* o *Leyenda Aurinegra*, con predominio de la primera.
2. Cuando España es representada como sujeto internacional, tiende a existir un componente negativo o perseguidor. Los ciudadanos españoles, cuando actúan como personajes de la trama, tienden también a aparecer como perseguidores, en contraposición a los personajes extranjeros. No por ello, el rol de perseguidor es el predominante en el cine español, sino el menos caracterizado.
3. Existe un peso importante de nuestra historia en el cine español. Sin embargo, mientras que la *Leyenda Amarilla*, *Blanca* o *Aurinegra* no tiene una gran influencia, sí existe una tendencia a asumir los estereotipos de la *Leyenda Negra*.
4. Existencia de una mezcla entre actores y personajes españoles, europeos, árabes e iberoamericanos en la interpretación de papeles mutuos, con clara ventaja entre el grupo de europeos, tanto en películas españolas como extranjeras. Conviene un estudio de esta mezcla con otros grupos culturales (asiáticos, persas...) para conocer su penetración.
5. Existencia de un claro rol del español como perseguidor y de España cuando actúa como sujeto internacional también como perseguidora cuando la trama se encuentra bajo el paraguas de la *Leyenda Negra*, tanto en películas españolas como extranjeras.
6. Fuerte vinculación de España al conjunto europeo (especialmente con Francia) frente a una vinculación débil al conjunto iberoamericano y nula al conjunto árabe, tanto en películas españolas como extranjeras.

7. A pesar del protagonismo que se da de lo español en los largometrajes españoles, su presentación se queda en una mera exhibición, quedando la promoción del estilo de vida español, de los hitos y triunfos nacionales o su difusión, ofuscada.
8. Fuerte representación de Madrid en el cine español, con protagonismo de Andalucía y Castilla y León.
9. Existencia de un cine español repartido entre los diferentes géneros de forma homogénea, con primacía del cine cine histórico. Sin embargo, este tipo de género en España no es mayor al extranjero, con lo que queda eclipsado el poder narrador del mismo.

7. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

7. POSIBLES LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Después del análisis de los datos obtenidos, el autor cree que podría ser de interés para futuras investigaciones algunos hechos observados a lo largo de este trabajo de investigación:

1. Estudio que ahonde en la relación entre medios generalistas y medios especializados en la promoción y creación de la imagen de España, de sus regiones, de sus ciudadanos, así como de sus inputs y outputs (mención vs. protagonismo; temática; rol... etc.) y su vinculación con otros estudios comparados europeos o internacionales y su impacto en la audiencia-país.
2. Estudio que ahonde en los estereotipos y arquetipos nacionales y regionales a través de las oficinas consulares y embajadas europeas e internacionales: *filtros culturales*.
3. Estudio que ahonde en las cuotas de mercado nacionales y regionales de los conglomerados transaccionales mediáticos en España y en la Unión Europea y la promoción y creación de la imagen de España, de sus regiones, de sus ciudadanos, así como de sus inputs y outputs (mención vs. protagonismo; temática; rol... etc.): *filtros mediáticos*
4. Estudio que ahonde en la penetración lingüística del castellano en otros idiomas internacionales diferenciado por regiones (inglés británico, inglés americano, inglés australiano... etc) y catalogación del léxico hispano en familias de vocabulario al uso.
5. Estudio que ahonde en la promoción turística cultural de España en los ambientes universitarios europeos a través de los programas *Erasmus* y de intercambio y su relación con la participación en *thinktanks* como el *Instituto Cervantes* o de centros de formación como el *IESE*, *ESADE* o el *IE*.
6. Estudio que ahonde en la influencia de la población inmigrante en España en la transformación de los tópicos españoles y la conformación de una nueva imagen-sociedad
7. Estudio que ahonde en la creación y desarrollo de marcas nacionales de nomenclatura española o extranjera cuya internacionalización sea relevante

para las regiones españolas y su relación con la expansión, cuota de mercado e índices de mercado que desarrollan.

8. Estudio que ahonde en la relación de las relaciones España-Estados Unidos y el tratamiento de la promoción y creación de la imagen de España, de sus regiones, de sus ciudadanos, así como de sus inputs y outputs (mención vs. protagonismo; temática; rol... etc.) en los largometrajes estadounidenses: *filtros audiovisuales*
9. Estudio que ahonde en la relación entre filtros y embajadores, así como estereotipos y nuevos arquetipos de la sociedad española en la literatura contemporánea universal.
10. Estudio que ahonde en la relación entre el tipo de consumidores de los outputs españoles y los valores que esos outputs exportan, ya sean *lovebrands* nacionales o marcas españolas de nomenclatura extranjera
11. Estudio que ahonde en la influencia informativa de los conglomerados mediáticos españoles en el Mediterráneo árabe, Iberoamérica y Europa; a través de la televisión satélite y los medios escritos digitales y la percepción local de la marca-país española y sus productos y marcas
12. Estudio que ahonde en la influencia del cine español en la transformación histórica de los acontecimientos nacionales en su percepción internacional a través de la neutralización de hechos consumados, promoción de los valores nacionales o variación de las ideas preconcebidas.
13. Estudio que ahonde en el descenso de apariciones en todas las leyendas (menos la *Blanca*) en los años '60 y '70 en el análisis de los sujetos de la muestra

8. BIBLIOGRAFÍA

8. BIBLIOGRAFÍA

- «Ernest Hemingway» en *Anuario 2002*. Madrid: Instituto Cervantes
- «España y lo español: tópicos, ideales y mirada» en *Anuario 2002*. Madrid: Instituto Cervantes
- «George Borrow y Richard Ford» en *Anuario 2002*. Madrid: Instituto Cervantes
- «Gerald Brenan» en *Anuario 2002*. Madrid: Instituto Cervantes
- Aaker, David A (1991). *Managing Brand Equity*. NY: Free Press
- Aaker, David A (1994). *Gestión del valor de la marca. Capitalizar el valor de la marca*. Barcelona: Ed. Díaz de Santos
- Aaker, David A (1996). *Construir marcas poderosas*. Barcelona: Ed. Díaz de Santos. Ediciones Gestión 2000
- Abad, J (2006). «La imagen de España en Estados Unidos: del estereotipo a la modernidad» en A. de Prado *La imagen de España y de los españoles en el mundo*, Madrid: AECI
- Aguilar Piñal, Francisco (1997). *Historia literaria de España en el siglo XVIII*. Madrid: Trotta-CSIC
- Ahmed, Sadrudin y D'Astous, Alain (2007). «Moderating effect of nationality on country-of-origin perceptions: English-speaking Thailand versus French-speaking Canada». NY: Journal of Business Research, N.60
- Aizpeolea, Luis (2004). «El abrupto final de Aznar». Madrid: Diario El País. 22 de marzo de 2004
- Aladro, Eva (2004). «Comunicación como proceso simpático». Madrid: CIC (Cuadernos de Información y Comunicación). Revista de investigación científica de la UCM, N.9
- Aladro, Eva (2004). *Comunicación como proceso simpático*. Madrid: CIC (Cuadernos de Información y Comunicación). Revista de investigación científica de la UCM, N.9
- Aladro, Eva (2005). «Umbrales, analogía e incubación». Madrid: CIC (Cuadernos de Información y Comunicación). Revista de investigación científica de la UCM, N.10
- Aladro, Eva (2007). «Metáforas e iconos para transmitir información». Madrid: CIC (Cuadernos de Información y Comunicación). Revista de investigación científica de la UCM, N.12
- Alberto Montaner, Carlos (2004). *La transición española (1975-1982) ¿Los valores prevalecientes impulsaron los cambios o los cambios generaron unos nuevos valores en la sociedad española?*. Tufts: Fletcher School de Tufts University. Culture Matters Research Project
- Alcaide, Soledad (2005). «Madrid creará una marca propia de promoción exterior en el periódico El País; Madrid, 13 de enero de 2005
- Alcalá-Zamora, José N. Felipe IV (2005). *El hombre y el reinado*. Madrid: Real Academia de la Historia - Centro de Estudios Europa Hispánica
- Algañaraz, Juan Carlos (2007). «Fidel Castro rechaza al nuevo embajador de España en Cuba» en el *Diario Clarín*. Buenos Aires, 15 mayo de 2007
- Alonso, Enrique (2007). «Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada». Madrid: Pensar la Publicidad. Revista de investigación científica de la UCM, Vol.1, N.2
- Alonso, José Luis (1997). *Los Comuneros de Castilla*. Salamanca: Junta de Castilla y León
- Alonso-Carrera, Jaime y Freire-Serén, María Jesús (2004). *Infraestructuras públicas y desarrollo económico regional en España*. Vigo: Facultad de Económicas, Universidad de Vigo
- Alonso-Carrera, Jaime; Freire-Serén, María Jesús y Manzano, Baltasar (2003). *Rentabilidad social de la inversión pública española en infraestructuras*. Vigo: Universidad de Vigo. Departamento de Economía Aplicada y RGEA y Departamento de Fundamentos del Análisis Económico
- Al-Sulaiti K y Baker M (1998). «Country of origin effects: a literature review». Londres: Mark Intell Plann, 16(3)
- Alvarez del Blanco, Roberto M (2004). *País de origen como estereotipo: ¿ventaja competitiva para la marca?*. Bilbao: Harvad Deusto Business Review. Ediciones Deusto- Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L.
- Alvarez Sánchez, Rafael, Manuel (2004). «Las mujeres sólo ocupan un 23% de los altos cargos». Madrid: Diario El Mundo. 16 de mayo de 2004
- Alloza Losana, Ángel (2001). *La gestión estratégica de la marca. En el libro El estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica*. Madrid: Pirámide
- Anderson, J. R (1983). *The Architecture of Cognition*. Cambridge: Harvard University Press
- Andreu, Missé (2002). «El milagro económico español» en el diario *El País*; Madrid, 22 de marzo de 2007
- Antonucci, M (1974). *L'eta Della Contrariforma in Italia*. Roma: Editori Riuniti
- Aparicio, Sonia (2005). «Café para todos» en *Diario El Mundo*; Madrid, 06 de diciembre de 2005
- Aparicio, Sonia y RUIZ, Francisco (2009). «La España del pelotazo, el mapa de la especulación» en *Diario El Mundo*; Madrid, 18 de febrero de 2009
- *Aportación económica de Hispania al Imperio Romano*. Madrid: Turismo y Arte. Recurso electrónico visto el 19 de mayo 2009: <http://www.turismoyarte.com/roma/roma3.htm>
- Araya, Guillermo (1987). «Lexicografía e historia de la visión de España de Américo Castro» en *Homenaje a Américo Castro*. Madrid: Universidad Complutense
- Arnaud Casalis, François (2006). «España: el ladrillo que se enfría» en *Revista Babel; Madrid*, 25 de septiembre de 2006
- Arnoldsson, S (1960). *La Leyenda Negra. Estudio sobre sus orígenes*. Madrid: Ed. Goteberg
- Arrieta, Olatz (2005). *¿Qué le hemos hecho a Dan Brown?*. Madrid: Diario El Mundo. 21 de agosto de 2005
- Arroyo, F (2005). «El precio de la venganza catalana» en *Diario El País*; Madrid. 8 de octubre de 2005
- Artola Gallego, Miguel (1991). *Enciclopedia de Historia de España. Diccionario Temático*. Madrid :Alianza Editorial
- Aschauer, D (1989). «Is public expenditure productive?» en *Journal of Monetary Economics* n°23; NY

- Astous, Alain y Boujbel, Lilia (2007). «Positioning countries in personality dimensions: Scale development and implications for country marketing». NY: Journal of Business Research, N.60
- Aunión, Juan Antonio (2007). «La educación española retrocede». Madrid: Diario El País. 05 de diciembre de 2007
- Aunión, Juan Antonio (2007). «La educación se atasca en secundaria». Madrid: Diario El País. 8 de septiembre de 2007
- Ávalos, Juan de (1993). «La España profunda: Ortega y Rocío Jurado» en el *Boletín de la Real Academia de Extremadura de las Letras y las Artes*, número IV. Mérida: RAELA
- Aviles, M (1982). «Verdaderas y falsas imágenes de la Inquisición Española» en *La Inquisición*. Madrid: Ministerio de Cultura
- Ayllón, Luis (2003). «Aznar y Chirac constatan sus diferencias sobre Irak, la UE y el Pacto de Estabilidad». Madrid: Diario ABC. 12 de septiembre de 2003
- Ayllón, Luis (2004). «Guinea acusa a España en la ONU de apoyar el golpe de Estado contra Obiang». Madrid: Diario ABC. 24 de septiembre de 2004
- Ayllón, Luis. «España y Brasil acuerdan un alianza estratégica con un plan bianual de acción» en *ABC*; Madrid, 17 de julio de 2003
- Badía, Pablo (2007). «La crisis de Air Madrid impactó en la imagen de la capital española» en el diario *Cinco Días*; Madrid, 25 de enero de 2007
- Barbería, José Luis (2006). «El final del espejismo». Madrid: Diario El País. 26 de junio de 2006
- Barbería, José Luis (2006). «Superar el 'Spain is different'» en el *Diario El País*; Madrid, 21 de junio de 2006
- Barbería, José Luis. «El final del espejismo» en el diario *El País*; Madrid, 20 de junio de 2006
- Bassat, Luis (2000). *El libro rojo de las marcas*. Madrid: Ed. Espasa
- Batllori, M (1987). «Prólogo al Vol. XXXI de la Historia de España» en *La época de la Ilustración*. Madrid: RAE
- Bello, D.C. y Holbrook, M.B (2006). «Does an absence of brands equity generalize across product classes?». NY: Journal of Business Research. Vol. 34, N.2
- Benach Rovira, Nuria (1993). *Producción de imagen en la Barcelona del '92*. Barcelona: Departamento de Geografía Humana, Universidad de Barcelona. Barcelona
- Benito Ruano, Eloy (1998). *España, reflexiones sobre el ser de España*. Madrid: RAH
- Benzoni, G (1989). *Historia del Nuevo Mundo*. Madrid: Alianza Editorial
- Berger, P. y Luckman, T (1978). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores
- Bestard, J. y Contreas, J (1987). *Bárbaros, paganos, salvajes y primitivos. Una introducción a la antropología*. Barcelona: Editorial Barcanova
- Beyto, Juan (1983). *España, meseta y litoral*. Madrid: Editorial Mezquita
- Blackston, Max (2000). «Building brand equity by making the brand relationships». NY: Journal of Advertising Research. Volumen 40. N° 6. Noviembre-Diciembre
- Blanco, José (2009). «Ave Madrid-Sevilla: la apuesta acertada» en el diario *El País*; Madrid, 21 de abril de 2009
- Blázquez Martínez, José María (1971). «Economía de Hispania al final de la República Romana ya comienzos del imperio según Estrabón y Plinio» en *Revista de Historia Económica*. Madrid
- Blázquez, José María (1976). *La Romanización del Noroeste de la Península Ibérica*. Lugo: Actas del Coloquio Internacional sobre el Bimilenario de Lugo
- Borges, L.B. y Blasco, P (2009). «¿Por qué Madrid '16?» en el diario *El Mundo*; Madrid, 04 de mayo de 2009
- Borriñi, Alberto (2002). «Bernbach, 20 años después». Madrid: Control de la Publicidad
- Boscá, J.E.; Escribá, J. y Murgui, M.J (2004). *Efectos Macroeconómicos de las Inversiones en Infraestructuras Públicas*. Valencia: Universidad de Valencia. Valencia
- Bosch, Ramon; Marcè, Xavier y Gargallo, Laia (2007). *La internacionalización de las industrias culturales españolas*. Madrid: ICES
- Bote Gómez, Venancio (1998). «El desarrollo del turismo en España: cambio de rumbo y oportunidades científicas». *Revista Valenciana de Estudios Autonómicos*, N. 25
- Botella y Pahissa, Miguel (2008). *Eventos globales e imagen país. Comité Olímpico de Barcelona y Forum de Barcelona. La experiencia del pasado*. Madrid: Instituto Español de Comercio Exterior y Universidad Complutense de Madrid. Cursos de Verano de El Escorial
- Brown, Dan (2006). *La fortaleza digital*. Madrid: Ed. Umbriel
- Brujó, Gonzalo (2006). «La importancia de gestionar con éxito una marca país» en *Marketing Directo*. Edición electrónica vista el 06 de octubre de 2006: <http://www.marketingdirecto.com/noticias/noticia.php?idnoticia=20237>
- Bueno, Gustavo (2001). «La Idea de España en Ortega» en la *Revista El Basilisco*, n° 32. Intervención en los VI *Encuentros de Filosofía en Gijón*, sábado 14 de julio de 2001
- Burns Marañón, Tom (2000). *Hispanomanía*. Madrid: Plaza&Janés
- Caballero, Ángeles (2006). «La imagen de España irrumpe en el top ten de los países que mejor se venden» en el diario *El Economista*. Madrid. Edición electrónica vista el 2 de diciembre de 2006: <http://www.eleconomista.es/gestion-empresarial/noticias/113072/12/06/La-imagen-de-Espana-irrumpe-en-el-top-ten-de-los-paises-que-mejor-se-venden-.html>
- Cacho VIU, V (1962). *La Institución Libre de Enseñanza*. Madrid: Rialp
- Calgary. «Aznar admite las dificultades sobre Gibraltar y pide perseverancia y tranquilidad» en *La Voz de Galicia*; Santiago, 28 de junio de 2002
- Calvo, Carmen (2003). «La imagen país de España». Discurso ante el *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*. Edición electrónica (11 de diciembre de 2006): www.realinstitutoelcano.org/analisis/1057.asp
- Capriotti, Paul (2001). *El estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica*. Madrid: Pirámide
- Carbajosa, Ana (2007). «España supera por primera vez a Italia en riqueza por habitante». Madrid: Diario El País. 18 de diciembre de 2007
- Carbia, Rómulo D (2004). *Historia de la Leyenda Negra hispano-americana*. Madrid: Marcial Pons
- Carlson, Brad, Suter, Tracy y Brown, Tom (2008). «Social versus psychological brand community: the role of psychological sense of brand community». NY: Journal of Business Research, N.61
- Castaño, Federico (2002). «Aznar atribuye los éxitos de la política económica al vicepresidente Rato» en el diario *Cinco Días*; Madrid. 13 de marzo de 2002
- Castelló, Carlos (2007). «España, la marca local que más triunfa» en el *Diario Cinco Días*; Madrid, 17 de mayo de 2007

- Castillo, Gorka (2009). «El mandatario olvida a Aznar en sus últimos honores». Madrid: Diario Público. 13 de enero de 2009
- Castro, Américo (1965). *Los españoles: cómo llegaron a serlo*. Madrid: Taurus
- Catan, Thomas (2008). «Spain's 185mph bullet train has the airlines squarely in its sights» en el diario *The Times*; Londres, el 21 de febrero de 2008
- Cembrero, I (2006). «Los secretos de la toma de Perejil». Madrid: Diario El País. 19 de marzo de 2006
- Cembrero, I (2007). «Marruecos compite con Argelia en armamento». Madrid: Diario El País. 24 de septiembre de 2007
- Cembrero, I (2007). «Perejil colocó a Madrid y Rabat al borde de la guerra». Madrid: Diario El País. 3 de septiembre de 2007
- Cervilla, Paloma (2009). «España cede el control del Estrecho». Madrid: Diario ABC. 14 de abril de 2009
- Clancy, Tom (1998). *Equilibrio de poder*. Madrid: Editoriales Sudamérica
- Claxton, Guy (2005). *The Wayward Mind*. Londres: Little Brown
- Cleveland, Mark y Laroche, Michel (2007). «Acculturation to the global consumer culture: Scale development and research paradigm». NY: Journal of Business Research, N.60
- Cobelo, Antonio (2001). *La determinación de la estrategia en la comunicación persuasiva de masas*. Madrid: Universidad Complutense. Tesis doctoral del Departamento de Periodismo II de la Facultad de CCII.
- Colomer, Joseph (2006). *España desde Cataluña. Ponencia presentada en el Encuentro Cataluña-España de académicos e intelectuales*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra y Fundació Carles Pi i Sunyer Barcelona
- Colomer, Joseph (2007). «La transición a la democracia: el modelo español». Conferencia del Instituto Cervantes en Burdeos (Francia), el 01 de febrero de 2007
- Compendio (1997). *Historia y civilización: Escritos seleccionados, José María Jover Zamora, Marc Baldó i Lacomba y Pedro Ruiz Torres*. Valencia: Universitat de València
- Consteila, Tereixa (2008). «España, ese tópico». Madrid: Diario El País. 17 de agosto de 2008
- Constenla, Tereixa (2006). «Dan Brown retrata una Sevilla corrupta y atrasada en 'La fortaleza digital'». Madrid: Diario El País. 19 de febrero de 2006
- Corominas, Joan (1987). *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Madrid: Ed. Gredos
- De Cabria, R (1944). *Historia de la Leyenda Negra hispanoamericana*. Madrid: Marcial Pons
- Correia, Francisco (2009). «Del Real Alcázar a la discoteca Q» en el *Diario de Sevilla*; Sevilla, 16 de mayo de 2009
- Cortina, Lucía (2007). «Tras la pista de los tópicos españoles». Oviedo: La Nueva España. 30 de mayo de 2007
- Costa, Joan (1995). *Comunicación corporativa y revolución de los servicios*. Madrid: Ciencias Sociales
- Cowley, Elizabeth (2002). «East-West consumer confidence and accuracy in memory for product information». NY: Journal of Financial Services Marketing, N.55
- Crawford, Leslie (2006). «UK economy grows used to the Spanish acquisition». Londres: Financial Times. 14 de febrero de 2006
- Criado, María Jesús (2005). *España y los hispanos: una relación por construir*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos. Área de Estados Unidos y Diálogo Transatlántico - ARI N° 45/2005, 07/04/2005
- Croce, Benedetto (1917). *La Spagna nella vita italiana durante la Rinascenza*. Bari:Allora
- Crolley, Liz (2000). *Football and fandom in Spain. Contemporary Spanish Cultural Studies* New York: Ed. Barry Jordan and Rikki Morgan-Tamosunas. Arnold Publishers
- Cruz, Juan (2006). «¿De dónde sacan los políticos sus metáforas?». Madrid: Diario El País. 08 de enero de 2006
- Cruz, Marisa y Anguita Parrado, Julio (2002). «Las bromas privadas del G8» en el diario *El Mundo*; Madrid, 3 de julio de 2002
- Cuesta Álvarez, Bernardo (1990). *Congreso de Justicia y Paz. Hacia una convivencia intercultural*. Madrid
- Cunchillos, Jesús-Luis y Zamora, José-Ángel (1997). *Gramática Elemental Fenicia*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas
- Chang, Dae Ryun y Cho, Hang (2008). «Organizational memory influences new product success». NY: Journal of Business Research, N.61
- Charlo Brea, Luis (1997). *Chronica latina regum Castellae, en Chronica hispana saeculi XIII, Turnhout : Brepols (Corpus Christianorum : Continuatio Mediaevalis, LXXIII)*. Madrid:Akal
- Chernatony, Leslie de y McDonald, Malcom H.B (1992). *Creating Powerful Brands: The Strategic Route to Success in Consumer, Industrial and Services Markets*. NY: Paperback
- Chislett, William (2005). *Spain and the United States. The Quest for Mutual Rediscovery*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos
- Chislett, William (2007). «Vender la imagen comercial de España». Madrid: Diario El País. 28 de diciembre de 2007
- Chislett, William (2008). «Spain: Going Places. Economic, Political and Social Progress, 1975-2008». Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos, Fundación Telefónica y Diario Expansión. 04 de marzo de 2008
- Chislett, William (2008). *Spain: Going Places. Economic, Political and Social Progress, 1975-2008*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos, Fundación Telefónica y diario Expansión
- Chung Koo, Kim (1995). «Brand popularity and country image with foreign manufacturing». Santa Barbara: The Journal of Product and Brand Management, Vol. 5, N.5
- Davis K., Hoffman y W.M., Mills Moore J (1990). *Business Ethics: Five Propositions for Social Responsibility*. New York: McGraw-Hill
- De La Fuente, A (1996). «Economía regional desde una perspectiva neoclásica. De convergencia y otras historias» en la *Revista de Economía Aplicada*, vol. IV. Madrid
- De Lucas, Nuria (2007). *Catalunya i Castella, 1598-1652:nosaltres i els altres*. Barcelona: UAB
- De Miguel, Bernardo (2007). «España es el país de la UE más alejado del compromiso de Kioto». Madrid: Diario Cinco Días. 28 de noviembre de 2007
- De Moragas, Miquel (1993). *La Cultural mediterránea en los Juegos Olímpicos de Barcelona'92*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics - UAB. Barcelona,
- De Moragas, Miquel (1996). *Diseño, logotipo y mascota en la promoción e identidad de Barcelona'92*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport- UAB
- De Moragas, Miquel (2006). *Ciudad Olímpica y Comunicación. Torino 2006 voglia di Olimpiadi*. Turín: Asociación Internacional de Turín

- De Rituerto, M. Ricardo (2009). «La UE alerta a España del retraso en aplicar Bolonia». Madrid: Diario El País. 23 de marzo de 2009
- De Scheopper, H (1984). «La organización de las finanzas públicas en los Países Bajos Reales» en la revista *Cuadernos de Investigación Histórica*. Madrid: Fundación Universitaria Española
- Dekimpe MG, Parker PM y Sarvary M (2000). *Globalization: modeling technology adoption timing across countries*. Boston: Technol Forecast Soc Change
- Del Arce, Rafael (2008). *Los procesos de transición económica y política: el caso de España desde una perspectiva comparativa*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid
- Del Arco, R (1944). *La idea del Imperio en la política y en la literatura española*. Madrid: Espasa-Calpe
- Del Pino, Javier (2003). El Congreso de EE UU tramita la concesión a Aznar de su medalla de oro. Madrid: Diario El País. 21 de mayo de 2003
- Del Rey Morató, Javier. «La memoria, caja negra de la comunicación». Madrid: CIC (Cuadernos de Información y Comunicación). Revista de investigación científica de la UCM, N.10
- Delgado Gómez-Escalonilla, Lorenzo (2003). *Las relaciones culturales entre España y Estados Unidos, de la Guerra Mundial a los Pactos de 1953*. Madrid: Instituto de Historia-CSIC. Cuadernos de Historia Contemporánea, nº 35
- Delgado, Cristina (2008). «España según 'The Economist': 'La fiesta ha terminado'». Madrid: Diario El País. 06 de noviembre de 2008
- Díaz Fernández, José Antonio (1999). «La articulación territorial de Galicia con el resto del Estado. Aportaciones de la conectividad al desarrollo regional» en la *Revista de Estudios de Construcción, Transportes y Comunicaciones*, nº, 82. Ministerio de Fomento. Madrid
- Díaz Fernández, José Antonio y Sánchez Pavón, Bernardo (2003). *La coordinación interadministrativa en la planificación de las infraestructuras como factor decisivo en el desarrollo endógeno de las zonas rurales de montaña*. Santiago: Universidad de Santiago e IDEGA, IGETI y UNED
- Díaz Guijarro, Raquel (2004). «El milagro español». Madrid: Diario Cinco Días. 14 de diciembre de 2004
- Díaz Sicilia, Javier (2003). *Al Suroeste, la Libertad. Emigración clandestina de canarios a Venezuela (1948 - 1951)*. Madrid: Ed. Ynoldo Sicilia
- Díez Borque, José María (1975). *La sociedad española y los viajeros del siglo XVII*. Madrid: SEACEX
- Djian, J.M (2004). «La diplomatie culturelle de la France à vau-l'eau» en el diario Le Monde Diplomatique; París, junio de 2004
- Domínguez Monedero, Adolfo (1984). «Reflexiones acerca de la sociedad hispana reflejada en la geografía de Estrabón» en la revista *Lucentum*. Madrid: UAM
- Doob, Leonard (1984). *Sociología de la comunicación de Masas*. México: Ediciones Piados
- Duran I Lleida, Josep Antoni (2007). «Entre una España y la otra» en la revista *Temas de Hoy*; Madrid
- Durán Lóriga, Juan (2001). «Impulso a las transiciones democráticas» en la *Revista Cuenta y Razón*, MAEC, nº 122, Madrid
- Eagly, A.H. y Chaiken (1993). *The Psychology of Attitudes* Forth Worth. Londres: Harcourt Brace Jovanovich
- Escobar Naranjo, Silvio (2006). «La equidad de marca "Brand Equity" una estrategia para crear y agregar valor». Colombia: Red Estudios Gerenciales
- Espinosa, Javier. «Una minúscula roca disputada desde hace dos siglos». Madrid: Diario El Mundo. 12 de julio de 2002
- Esteban, Esther (2008). «Aznar: 'Dejé como herencia el país más rico de la historia de España'». Madrid: Diario El Mundo. 28 de agosto de 2008
- Estefanía, Joaquín (1998). «La larga marcha» en el *Diario El País*; Madrid, 3 de mayo de 1998
- Ewing, Michael y Napoli, Julie (2005). «Developing and validating a multidimensional nonprofit brand orientation scale». NY: Journal of Business Research. N. 58
- Ezquerra, Marcos (2009). «Kosovo, España y la relación con Estados Unidos». Madrid: Diario Cinco Días. 26 de marzo de 2009
- F. C. R (2007). «El efecto del 92» en el diario *El Ideal*; Murcia, 30 de octubre de 2007
- Fajardo, Clara (2008). «Un nuevo derribo en la antigua Expo'92 cuestiona la viabilidad de su reutilización» en el diario *El Mundo*, Madrid, 08 de mayo de 2008
- Faliu-Lacourt, Christiane (1985). «Formas vicariantes de un tema recurrente: El curioso impertinente. (Cervantes y Guillen de Castro)» en la *Revista Crítica*, nº 30; Madrid
- Fanjul, Serafín (1997). «España, pérdida y recobrada» en la revista *Anaquel de Estudios Árabes VII*. Madrid: UCM
- Farinelli, Muro (1942-1979). *Viajes por España y Portugal: desde la Edad Media hasta el siglo XX: nuevas y antiguas divagaciones bibliográficas*. Roma: Academia Nazionale dei Lincei
- Felipe Capellán, Luis (2006). «Empeños». Madrid: Diario El Comercio. 04 de agosto de 2006
- Fernández García, Antonio y Pereira Castañares, Juan Carlos (1995). *La percepción española de la ONU (1945-1962)*. Madrid: Departamento de Historia Contemporánea. Madrid de la Universidad Complutense. Cuadernos de Historia Contemporánea, nº 17
- Ferrase, Patrice (1992). *La Expo de las Expos. Sociedad Estatal de Exposiciones Internacionales (ESPO-INT)*. Madrid: Sala de Exposiciones del Teatro Circo Price
- Ferriz Martínez, Manuel (2006). «La falsa Sevilla de Dan Brown». Madrid: Diario ABC. 01 de marzo de 2006
- Fombrun, Charles (1996). *Reputation. Realizing Value from the corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press
- Fombrun, Charles (2001). «La ciencia de la reputación corporativa» en *El estado de la publicidad y el corporate en España y Latinoamérica*. Madrid: Pirámide: Informe Anual
- Franco Aliaga, Tomás (2006). *Geografía física de España*. Madrid: Editorial UNED
- François, M.M (1958). *L'idée de l'Empire en France à l'époque de Charles-Quint* en la obra *Charles-Quint et son temps*. París: Allure
- Fresneda, Carlos (2004). Bush acusa a Zapatero de dar «falsas esperanzas» al terrorismo con su «repentina» retirada de Irak. Madrid: Diario El Mundo. 20 de abril de 2004
- Fresneda, Carlos (2004). Bush recibe a los Reyes en su rancho y dice que España es «un gran país y un buen amigo». Madrid: Diario El Mundo. 25 de noviembre de 2004

- Fuentes, María Luisa (2009). «Juan Verde: "España es el país europeo con mejores condiciones para las energías renovables"». Madrid: Revista GEO. 12 de marzo de 2009
- Fúster Rufilanchas, Jaime (2009). «La alta velocidad española, ejemplo en Europa» en el diario *Cinco Días*; Madrid, 18 de febrero de 2009
- G. Payne, Stanley. Los Estados Unidos: Percepciones, imágenes e intereses. Cuadernos de Historia Contemporánea, nº25. Universidad Complutense de Madrid
- Ganesh, Jaishankar, Mark, Arnold, y Kirsty, Reinold (2000). «Understanding the consumer base of service providers; an examination of the differences between switchers and stayers». NY: J. Mark, N.64
- García Bellido, Antonio (1945). *España y los españoles hace dos mil años, según la Geografía de Estrabón*. Madrid: Colección Austral de Espasa Calpe
- García Cantalapiedra, David (2007). *La creación del AFRICOM y los objetivos de la política de EEUU hacia África: gobernanza, contraterrorismo, contrainsurgencia y seguridad energética (ARI)*. Madrid: Real Instituto de Estudios Estratégicos, Madrid, ARI Nº 53/2007 - 10/05/2007
- García Cárcel, Ricardo (1985). *Historia de Cataluña*. Barcelona: Ariel
- García Cárcel, Ricardo (1992). *La leyenda negra*. Madrid: Alianza Editorial
- García Cárcel, Ricardo (2008). *Fernando el Católico y Cataluña*. Madrid: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- García Cárcel, Ricardo. «La Leyenda Negra hispanoamericana» en el *Diario ABC*; Madrid, 20 de febrero de 2005
- García Casanovas, José Mª (2003). *El Mundo empresarial y la marca*. Madrid: Proyecto Marca España
- García Florez, Dionisio (2002). *Aspectos históricos del conflicto de la Isla del Perejil*. Madrid: Real Instituto de Estudios Estratégicos ARI Nº 18-2002 - 14.7.2002
- García Rendón, John Jairo (2007). «¿Existe una relación entre inversión en infraestructura de transporte y crecimiento económico?» en *Ecos de Economía* Nº 25. Medellín: Universiad de Medellín
- García Rodríguez, María José (2004). *'MADE IN': la imagen de marca país. España*. Bilbao: Harvard-Deusto. Marketing&Ventas. Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L.
- García, Isabel (2008). «Marcas y ciudades» en *Marketing Arena*; Madrid, 24 de diciembre de 2008
- García-Marzá, D (2004). *Ética empresarial. Del diálogo a la confianza*. Madrid: Trotta
- Garicano, Luis (2009). «La transición económica pendiente». Madrid: Expansión. 06 de febrero de 2009
- Gibbs J y Boguszak M (1995). «Open market aftershocks: Czech and Slovak attitudes toward brands. Towards a market economy: beyond the point of no return». Varsobia: Second East and Central European Conference. ESOMAR
- Goldberg, Marvin y Baumgartner, Hans (2002). «Cross-Country attraction as a mmotivation for product consumption». NY: Journal of Business Research, N.55
- Gómez Centurión, J.L (1987). *La Armada Invencible*. Madrid: Ed. Anaya.,
- Gómez de Antonio, Miguel (2003). «Verificación de la hipótesis de Aschauer mediante un enfoque de econometría espacial» en *Revista Asturiana de Economía - RAE* nº 26. Madrid: Universidad Complutense de Madrid
- González Antón, Luis (1997). *España y las Españas*. Madrid: Alianza Editorial
- Gonzalez Velez, MªJosé (2009). «España debe ser líder en las energías renovables dirigiendo Irena». Madrid: Diario El Economista. 21 de abril de 2009
- González, Miguel (2004). «Defensa califica de "acción bélica" la toma de Perejil, pero no la intervención en Irak». Madrid: Diario El País. 11 de marzo de 2004
- González, Miguel (2009). «Obama a Zapatero: "Estoy contento de poder llamarle amigo mío"». Madrid: Diario El País. 05 de abril de 2009
- Governs R y Go FM (2004). «Cultural identities constructed, imagined and experienced: a 3-gap tourism destination image model». NY: Tourism. An International Interdisciplinary Journal, vol. 52 (2)
- Grandas, M. Carmen (1988). *L'Exposició Internacional de Barcelona de 1929*. Barcelona: Els Llibres de la Frontera
- Gregory, Gary, Munch, James y Peterson, Mark (2002). «Attitude functions in consumers research: comparing value – attitude relations in individualist and collectivist cultures». NY: Journal of Business Research, N.55
- Guedán, Miguel (2008). «Actuar con criterio propio». Madrid: Revista Iberoamericana de Asuntos Aociales: Quórum nº 19.Universidad de Alcalá de Henares.
- Guillén, M. (2005). *The rise of Spanish multinationals*. Madrid: Cambridge University Press.
- Gutiérrez, Rodolfo (2007). *Lengua, migraciones y mercado de trabajo*. Madrid: Instituto Complutense de Estudios Internacionales
- Halbwachs, M (2004). *Los marcos sociales de la memoria*. Barcelona: Anthropos
- Halbwachs, Maurice (2004). *La Memoria Colectiva*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza
- Hammerstein, David (2009). «Copiando "el milagro español" en Europa oriental». Artículo publicado en el blog oficial del eurodiputado David Hammerstein, el 07 de mayo de 2009: www.davidhammerstein.com
- Henrichs, Hendrik (2006). «Un holandés distinto: Johan Brouwer y la historia de España» en la *Revista de Occidente*, nº 304; Madrid, septiembre 2006
- Hermida, Jesús (1980). «Nixon: "Aplaudo el liderazgo de Suárez en el campo internacional"». Madrid: Diario El Mundo. 01 de mayo de 1980
- Herrera, Carlos (2009). «El ministerio y el chiringuito» en el *Diario ABC*; Madrid, 3 de abril de 2009
- Herrero, Nieves (2009). «A solas con Soraya». Madrid: Diario El Mundo. Magazine, nº 486. 16 de enero de 2009
- Holbrook Morris B, O'shaughnessy John (1987). *The role of emotion in advertising*. Londres: Psychol Mark
- Hoon Kim, Kyung, Sik Kim, Kang, Yul Kim, Dong, Ho Kim, Jong y Hou Hang, Suk.(2008) «Brand equity in hospital marketing». NY: Journal of Business Research, N.61
- Hu, Haiyan y Jasper, Cristina (2006). «Social Cues in the store environment and their impacts on store image». Londres: Int. J Retail Distrib. Manag, 34(1)
- Hu, Haiyan y Jasper, Cristina (2007). «A cross-cultural examination of the effects of social perception styles on store image formation». Journal of Business Research, N.60
- Huntington, S (2004). *Who Are We? The Challenges to America's National Identity*. NY: Simon & Schuste
- Huxtable Elliott, John (2002). *España en Europa: Estudios de historia comparada*. Valencia: Universidad de Valencia
- I. Domínguez, Jorge y Guerra, Cecilia (2002). «Conferencia sobre transición y consolidación democráticas». Madrid: *Boletín de la Fundación de Relaciones Internacionales y Diálogo Exterior –FRIDE*
- Ibáñez y Jofre, J.M (1983). *Els romàços i els plects austracistas en la guerra de Sucessió*. Barcelona: UAB

- Iglesias Onofrio, Marcela y Molina Rabadán, David (2008). «La estrategia marca país en la sociedad informacional: los casos de España y Ecuador» en la revista *Historia Actual*, nº16, Cádiz
- Iglesias Onofrio, Marcela y Molina Rabadán, David (2008). *La estrategia marca país en la sociedad informacional: los casos de España y Ecuador*. Cádiz: Historia Actual, nº16
- Inscha, Gary S., McBride, J. Brad (2004). «The impact of country-of-origin cues on consumer perceptions of product quality: A binational test of the decomposed country-of-origin construct». NY: Journal of Business Research, N. 57
- Insua Rodríguez, Pedro (2003). «España, la guerra de Iraq y la lengua española en EEUU». Madrid: Revista El Catoblepas, nº24, 13 de octubre de 2003
- Íñiguez, Diego (2006). *La acción cultural exterior y la eficacia del 'poder blando'*. Madrid: Federación de Enseñanza de CCOO
- Ittersum, Koert, Candel, Math, Meulenberg, Matthew (2003). «The influence of the image of a product's region of origin on product evaluation». NY: Journal of Business Research, N.56
- J. A. A (2009). «La OCDE alerta a España del deterioro de sus cursos de posgrado». Madrid: Diario El País. 11 de mayo de 2009
- J.Blasco, Emilie (2006). «El tópico no va contra España». Madrid: Diario ABC. 07 de junio de 2006
- Jackson, G (2001). «Concerning the Spanish Civil War and American Culture» en C. Flys Junquera y J. Cruz Cabrera (2001), *El nuevo horizonte España/ Estados Unidos. El legado de 1848 y 1898 frente al nuevo milenio*. Madrid: Instituto Universitario de Estudios Estadounidenses, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares
- Jaén García, Manuel y Piedra Muñoz, Laura (2006). *Infraestructuras públicas y desarrollo económico regional*. Almería: Universidad de Almería
- Jaffe ED, Nebenzahl ID (2001). «National image and competitive advantage: theory and practice of country of origin». Copenhagen: Copenhagen Business School
- Jo, Myung-Soo, Nakamoto, Kent y Nelson, James (2003). «The shielding effects of brand image against lower quality countries – of-origin in global manufacturing». Ny: Journal of Business Research, N.56
- Jouvét, Louis (2002). *Le comédien désincarné*. Paris: Flammarion
- Jover Zamora, J.M (2001). *Sobre la política exterior de España en tiempo de Carlos V*. Granada: Homenaje a Carlos I por la Universidad de Granada
- Juderías, Julián (2003). *La Leyenda Negra*. Salamanca: Ed. Junta de Castilla y León
- Juliá, Santos (2004). *Historia de las dos Españas*. Madrid: Santillana Ediciones Generales
- Kagan, Richard (2002). *Spain in America: The Origins of Hispanism in the United States. Urbana and Chicago*. Chicago: Kagan
- Kamen, Henry (1999). *The Spanish Inquisition: A Historical Revision*. Londres: New Haven & Yale University Press
- Kapferer, Jean-Noël (1991). «La cara oculta de las marcas» en *La marca. Motor de la competitividad de las empresas y del crecimiento de la economía*. Madrid: McGraw-Hill
- Kapferer, Jean-Noël (1992). *Strategic Brand Management*. USA: The Free Press
- Kaufman, Edward (2002). «A Broadcasting Strategy to Win Media Wars» en la revista *The Washington Quarterly*, nº25.2; Washington
- Kendall, Mary Claire (2000). *La máquina de mensajes de Hollywood*. Vitoria: Revista Acepresna, año XXXI, 103/00. Universidad del País Vasco
- Kennedy, Paul (2008). «Regresa el 'poder blando'» en el *Diario El País*; Madrid, 19 de noviembre de 2008
- Kin, P (1990). «A perspective on Brands». NY: Journal of Consumer Marketing. Vol7, N.4
- Klein, Naomi (2001). *No Logo. El poder de las marcas*. Barcelona: Paidós
- Ko, Eunju y Cardon, Peter (2008). «Marketing research in Korea: Special Joint issue of Journal of Business research and Journal of the Korean Academy of marketing science». NY: Journal of Business Research, N.61
- Kohli, Chiranjeev, Harich, Katrin y Leuthesser, Lancer (2005). «Creating brand identity: a study of evaluation of new brand names». NY: Journal of Business Research. N. 58
- Kosellech, Reinhart (2004). *historia/Historia*. Madrid: Trotta
- Kozulin, Alez (2000). *Instrumentos Psicológicos*. Barcelona: Paidós
- L.D. (2007) «Moratinos, ante el cuerpo diplomático: "Ser español ya no es una excusa, es una responsabilidad"». Madrid: Libertad Digita. 20 de septiembre de 2007
- Lafarga, Francisco (1992). *Voyageurs espagnols dans l'Europe de XVIIIe siècle*. Paris: Intercambio
- Lafaye, J (1984). *Medias, cruzados y utopías. El judeo-cristiano en las sociedades ibéricas*. México: FCE
- Lagunam Andrés (1962). *Discurso sobre Europa*, de Andrés Laguna. Madrid: Ediciones Castalia
- Lambin, Jean Jacques en Kapferer, Jean-Noël y Thoenig, Jean Claude (1991). *La marca*. Madrid: McGraw-Hill
- Lamo de Espinosa, E (2002). «Ciudadanos de EEUU», *Revista de Política Exterior*. Madrid: MAEC
- Lapesa, Rafael (2005). *Historia de la lengua española*. Madrid: Ed. Gredos
- Laporte, Teresa (2006). *La diplomacia americana, una apuesta por el recurso al poder blando*. ARI Nº 103/2006. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos.
- Lázaro Carreter, Fernando (1980). «Quevedo y el gran turco» en el diario *El País*; Madrid, 20 de septiembre de 1980
- Leguineche, Manuel (1997). *Annual 1921: el desastre de España en el Rif*. Madrid: Ed. Alfaguara
- Levene, Ricardo (1973). *Las Indias no eran colonias*. Madrid: Colección Austral, Espasa-Calpe
- Lobo, José Luis (2008). Zapatero pedirá al Rey que interceda ante Bush para que le invite a la cumbre financiera. Madrid: Diario El Confidencial. 27 de octubre de 2008
- Lopez Bueno, José María (2005). «España-Marruecos frontera más desigual». Madrid: Revista Economía Exterior, 2005 SEP-NOV
- López Ibor, J.J.(1969). *El español y su complejo de inferioridad*. Madrid: Ediciones Rialp
- López Piñedo, J.M (1973). *Bibliografía histórica sobre la ciencia y la técnica en España*. Granada: Universidad de Granada
- López Piñero, José María (2000). *Breve historia de la medicina*. Madrid: Alianza Editorial
- López, F (1977). *Juan Pablo Forner et la crise de la conscience espagnole au XVIIIe siècle*. Lille: Vieux Époques
- Luomala, Harri (2007). «Exploring the role of food origin as a source of meaning for consumers and as a determinant of consumers actual food choices». NY: Journal of Business Research, N.60 122-129

- Leonart Amsélem, Alberto José (1983). *España y O.N.U. Estudio introductivo y Corpus documental*. Madrid: Ed. C.S.I.C. Colección España y la Organización de las Naciones Unidas, vol. II
- Leonart Amsélem, Alberto José (1995). *El ingreso de España en la ONU, obstáculos e impulsos*. Madrid: Cuadernos de Historia Contemporánea, nº 17, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense
- M. V. G (2009). «España es el país de la UE que más empleo destruye». M. V. G. España es el país de la UE que más empleo destruye. Madrid: Diario El País. 17 de marzo de 2009
- M.A.N. «España prevé superar la renta 'per cápita' de Italia en 2009». Madrid: Diario El País. 19 de octubre de 2006
- Macmillan, Keith, Money, Kevin, Money, Arthur y Dowing, Steve (2005). «Relationship marketing in the not-for-profit sector: an extension and applications of the commitment-trust theory». NY: Journal of Business Research. N. 58
- Madrid, Ciudad del Deporte. Nota de prensa del Ayuntamiento de Madrid del 21 de agosto de 2008
- MAEC (2009). «España, su mirada a Asia» en el *Boletín de información del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación*, nº5. Madrid, 18 demarzo 2009
- Maestro, Javier (1989). «Germanófilos y aliadófilos en la prensa obrera madrileña, 1914-1918» en *La sociedad madrileña durante la Restauración. Historia de la prensa*. Madrid: Comunidad de Madrid. Consejería de Cultura
- Mainer, J.C (1989). *La doma de la quimera*. Barcelona: UAB
- Maldo, Teo (2004). *Barcelona en la glocalización. Capítulo del libro Barcelona, marcaregistrada un model a desarmar*. Barcelona: Editorial Virus. Barcelona, 2004, capítulo I, pp.01-04
- Maltby, W.S (1952). *La Leyenda Negra en Inglaterra*. México: FCE
- Mallada, Lucas, Ayala, F.J y Driever, S.L (1998). *La futura revolución española y otros escritos regeneracionistas*. Madrid: Biblioteca Nueva
- Mallet, Victor (2009). «Spain's recession: After the fiesta». Londres: Diario Financial Times. 17 de febrero de 2009
- Mannheim, J (1994). *Strategic Public Diplomacy & American Foreign Policy*. Oxford: University Press
- Manuel, Cristobal (2006). «El valor de la 'marca' España». Madrid: Diario El País. 19 de junio de 2006
- Manuel, Cristobal (2006). «El valor de la 'marca' España». Madrid: Diario El País. 19 de junio de 2006
- Manuel, Cristobal (2006). «El valor de la 'marca' España». Madrid: Diario El País.19 de junio de 2006
- Maravall, J.A (1954). *El concepto de España en la Edad Media*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales
- Maravall, José María (2007). «La crispación» en el *Diario El País*; Madrid, 01 de mayo de 2007
- Marcos, Marín, Francisco A (2005). «Pluralidad del español en los Estados Unidos de América en el El Español en el Mundo». Madrid: Anuario del Instituto Cervantes
- María Santos, Joseph (1995). *Juegos Olímpicos Barcelona '92: identificación, procedencia y selección de los recursos humanos del control de las competiciones*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics - UAB
- Marías, Julián (1963). *La España posible en tiempos de Carlos III*. Madrid: Sociedad de Estudios y Publicaciones, 1963
- Marías, Julián (1981). *Cinco años de España*. Madrid: Alianza Editorial
- Marías, Julián (1985). *La España ininteligible*. Madrid: Alianza Editorial
- Marichal, J (1984). *Teoría e historia del ensayismo hispánico*. Madrid: Alianza Editorial
- Marina Bravo, L.M./Ruiz De Casa, J.A (2003). *Más allá de la imagen de España. La acción cultural en el exterior. Promoción y Cooperación cultural*. Madrid: MAEC. Curso funcionarios en Prácticas Carrera Diplomática
- Marthorez, J (1916). *Les Espagnoles et la crise nationale française a la fin du XVI siècle* en el *Bulletin Hispanique XVIII*. París: Bulletin Hispanique
- Martín Acebes, Ángel (2007). *Realidad de la empresa española en su avance exterior*. Madrid: Informe oficial del ICEX
- Martín Leal, José A (1996). *La marca. Fundamentos y estrategias*. Huelva: AIQB
- Martín, Fernando (2008). «FT: "Spain is chic, pero el milagro español está llegando a su fin"». Madrid: El Confidencial. 20 de marzo de 2008
- Martín, Fernando (2008). «FT: "Spain is chic, pero el milagro español está llegando a su fin"». Madrid: Diario El Confidencial. 20 de marzo de 2008
- Martínez Lainez, Fernando (2009). «Desde Alaska a Florida». Madrid: Diario ABC. 26 de abril de 2009
- Martínez, Carlos (2007). *España tiene que ser la California de Europa y transformarse en un receptor de científicos*. Madrid: Universia
- Martínez, Hector (2007).«Naranjito', la mascota que cumple 25 años» en el *Diario de AS*; Madrid, 11 de mayo de 2007
- Mas, Matilde y Maudos, Joaquín (2002). *Infraestructuras y crecimiento regional en España diez años después*. Valencia: Departamento de Análisis Económico de la Universitat de Valencia e Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas
- Massó Cantarero, Francisco (2006). «El constructivismo en Psicología». Madrid: Web de Berne Comunicación
- Mateo, María Cristina (2006). «Londres: Gestión de la marca-ciudad» en la revista *Ideas Empresariales* nº99; Madrid
- Mattingly, G (1959). *La derrota de la Armada Invencible*. Londres: H.J.Donnell
- Mayor, Enrique (2009). «España, un gigante con pies de barro». Madrid: Diario El Correo de Zamora.18 de marzo de 2009
- McCarthy, E. J. Basic Marketing (2004). *A Managerial Approach*. Londres: Irwin - McGraw Hill. N.Y
- McGuire, Stryker and Elkin, Mike (2008). «The End of the Spanish Empire». Londres: The Economist. 06 de marzo de 2008
- McGuire, Stryker y Pape, Eric (2006). «Making Socialism Work. Can Spain's success be a model for Europe?». Londres: Nwesweek. 24 de abril de 2006
- Mckercher, Bob, Wong, Celia y Lau, Gigi (2006). «How tourist consume destination». NY: Journal of Business Research, N,59
- Mechoulam, H (1989). *Menasseh Ben Israel and His World* (Brill's Studies in Intellectual History). London: Hardcover
- Menchú, Rigoberta (1990). Discurso ante la Delegación Indígena Unitaria de Guatemala. 1990
- Méndez, Rafael (2009). «Las renovables baten sus marcas y generan ya el 30% de la electricidad». Madrid: Diario El País. 09 de marzo de 2009
- Menéndez Pidal, Ramón (1991). *Los españoles en la historia*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Meregalli, F (1974). *Presenza Della letteratura spagnola in Italia*. Roma: Ed. Sansoni
- Merino, Cristina (2009). «Bardem, en un especial del 'New York Times'». Barcelona: Diario El Periódico. 06 de septiembre de 2009

- Michel, R.-J. y López Sancho, L (1967). *ABC de la Civilización Hispánica*. París: Bordas
- Middleton, David y Edwards, Derek (1992). *Memoria Compartida. La naturaleza social del recuerdo y del olvido*. Barcelona: Paidós
- Miles Homer, Pamela (2008). «Perceived quality and image: when all is not rosy». NY: Journal of Business Research, N.61
- Mingorance, Francesc-Xavier i Ricart (2004). *1888: La ciudad de los prodigios*. Barcelona: Guías Didácticas de Tutorías Culturales i Artístiques
- Mínguez, Norberto (1999). «Un marco conceptual para la comunicación corporativa». Madrid: Revista Zer. N° 7. Diciembre 1999
- Missé, A. y Egurbide, P (2007). «España reúne a los 18 países que ratificaron la Constitución europea». Madrid: Diario El País. 26 de enero de 2007
- Missé, Andreu (2007). «El milagro económico español». Madrid: Diario el País. 22 de marzo de 2007
- Mohedano-Brethes, R. (1998). «La evolución de la identificación europeísta, a través del análisis de la opinión pública europea. 1982-1997» en *Tecnología y sociedad en el nuevo siglo*. Madrid: Tezanos, J. F. (ed.)
- Molinelli, Ricardo (2007). «España se licenció en organización deportiva, con 'Naranjito', hace 25 años» en *Terra*; Madrid, 11 de agosto de 2007
- Monago, Tomás. «El sueño olímpico» en el *Diario de Sevilla*; Sevilla, 01 de agosto de 2008
- Montánchez, E (2002). «Mohamed VI rearma su ejército en Francia». Madrid: Nodo50. 19 de agosto de 2002
- Montánchez, E (2005). «España vende a Marruecos carros de combate M-60 a condición de que no los sitúe frente a Ceuta y Melilla». Madrid: Nodo50. 4 de mayo de 2005
- Montero Caldera, Mercedes (2001). *La acción diplomática de la Segunda República Española en México (1931-1939)*. Madrid: Espacio, Tiempo y Forma, Serie V, Historia Contemporánea, n°14
- Montero Jiménez, José Antonio (2004). *Las relaciones hispano-norteamericanas en los años de la Primera Guerra Mundial*. Madrid: Cuadernos de Historia Contemporánea, n° 24. Universidad Complutense de Madrid
- Montero, Julio y Paz, María A. (1996). *Una historia social del ocio*. Asturias: Fundación UGT
- Montiel, Edgar (2009). «Por una política internacional de la era intercultural» en *Revista de la Oficina Regional de América Latina y Caribe de la UNESCO*; 01 de febrero de 2009
- Morgan RM, Hunt SD (1994). «The commitment–trust theory of relationship marketing». NY: J Mark N.58
- Motis, M.A (1985). *La expulsión de los judíos del Reino de Aragón*. Zaragoza: Colección «Temas de Historia Aragonesa»
- Muñoz Espejo, Francisco (2001). *Estudio sobre el urbanismo colonial y las fortificaciones hispanoamericanas con relación de los principales itinerarios culturales de comunicación*. Toledo: Seminario Internacional de Ciudades Históricas Iberoamericanas del Comité español Consejo Internacional de Monumentos y Sitios
- Musonio Rufo, Cayo; Epitecto (1995). *Tabla de Cebes/ Disertaciones; Fragmentos menores/ Manual; Fragmentos*. Madrid: Editorial Gredos
- Nagashima A (1970). «A comparison of Japanese and US attitudes toward foreign products». NY: J Mark, N.34
- Nasaw, David (2005). *Hearst: un magnate de la prensa*. Barcelona: Tusquets Editores
- Navarro García, Fernando y García-Marzá, Domingo (2007). *La RSC, la cooperación y la internacionalización de la empresa española*. Madrid: Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior (FRIDE)
- Nieto, Ana (2008). «Zapatero quiere superar la renta per cápita de Francia en tres años». Madrid: Cinco Días. 25 de septiembre de 2008
- Nieto, Ramón (1996). *Los Vascos*. Madrid: Acento
- Niño, Antonio (1988). *Cultura y diplomacia. Los hispanistas franceses y España entre 1875 y 1931*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas
- Nombela, Gustavo (2005). *Infraestructuras de transporte y productividad. Presupuesto y Gasto Público 39/2005: 191-215*. Madrid: Secretaría General de Presupuestos y Gastos del Instituto de Estudios Fiscales
- Noya, Javier (2002). *La imagen de España en el exterior. Estado de la cuestión*. Madrid: Informe del Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, 10/02
- Noya, Javier (2003). «Paradojas del poder español. Atlantismo y percepción exterior». Madrid: Revista de Política Exterior, julio/agosto, N. 94
- Noya, Javier (2003). *Imagen actual de España*. Madrid: Proyecto Marca España
- Noya, Javier (2003). *La nueva etapa de la marca España*. Madrid: Real Instituto de Estudios Estratégicos. ARI N° 153-2003 - 29.12.2003
- Noya, Javier (2005). *Del 92 a la Alianza de Civilizaciones: cumbres abismales en la imagen exterior de España*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos. DT N° 36-2005 - 1.8.2005
- Noya, Javier (2008). *La contribución de América Latina al poder blando de España en el mundo (ARI)*. ARI N° 79/2008 Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégico
- Noya, Javier (2009). *La nueva imagen de España en América Latina*. Madrid: Technos
- Noya, Javier. *La imagen de España en el exterior. Estado de la cuestión*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos, 10/02
- Noya, Javier; Rodríguez, Beatriz y Ruís Jiménez, Antonia María (2008). *La imagen de España en Estados Unidos*. Madrid: Real Instituto de Estudios Estratégicos. 2008:119
- Noya, Javier; Rodríguez, Beatriz y Ruís Jiménez, Antonia María (2008). *La imagen de España en Estados Unidos*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos. N° 44/2008
- Núñez de Prado Clavell, Sara (1995). «Aproximación a un modelo teórico de la transición española y su reflejo en los medios de comunicación» en *Historia de la transición y consolidación democrática en España (1975-1986)*. Madrid: Alianza Editorial. Vol. 1.
- Nuñez, Rocío (2006). «La Marca España vende». Madrid: Revista económica Ausbanc. 1 de agosto de 2006
- Nye, Joseph (2003). *La paradoja del poder norteamericano*. Madrid: Taurus. Madrid, 2003
- Nye, Joseph (2006). «Rumsfeld y el poder inteligente». Madrid: Diario El País. 30 de abril de 2006
- Nye, Joseph (2006). «Soft Power Is Cultural Power» en la revista *Foreign Policy*; NY, 01 de marzo de 2006
- O'Brien, R (2000). «Complex Multilateralism: MEIs ans GSMs» en *Contesting Global Governance. Multilateral economic institutions and global social movements*. London: Cambridge University Press

- O'Donnell, Guillermo, C. Schmitter, Philippe y Whitehead, Lawrence (1994). *Transiciones desde un gobierno autoritario*. Barcelona: Editorial Piados
- Olivencia, Manuel (1992). «Andalucía y la Exposición Universal de 1992» en la *Revista Cuenta y Razón*, nº40, Sevilla
- Olivera Herrera, Antonio y Rojas González, Gara (2006). *Fondos estructurales, infraestructuras y crecimiento económico en Canarias: reflexiones para el estatuto permanente*. Canarias: Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset
- Ordóñez, Isabel. Reagan elogiaba a Felipe González; Bush ignora a Zapatero. Artículo publicado en el diario del Forum Libertas, el 30 de mayo de 2007
- Ortega y Gasset (1914). *Meditaciones del Quijote*. Madrid: Cátedra
- Ortega y Gasset (1983). *Las Trayectorias que completa Ortega. Circunstancias y vocación*. Madrid: Alianza Editorial
- Ortega y Gasset, José (1963). «Azorín: primores de lo vulgar» en *Obras Completas*. Madrid: Revista de Occidente, vol. II
- Ortega, Enrique y González, Ladislao (2007). «Marketing research in different setting». NY: Journal of Business Research, N.60
- Ortega, Enrique y Rodríguez, Beatriz (2007). «Information at tourism destinations. Importance and cross-cultural differences between international and domestic tourists». NY: Journal of Business Research, N.60
- Otero, Jaime (2005). *Los argumentos económicos de la lengua española*. Madrid: Informe del Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos. Área: Lengua y Cultura. ARI, Nº 42
- Ozretic-Dosen, Durdana y Zoran Krupka, Vatroslav Skare (2007). «Assessments of country of origin and brand cues in evaluating a Croatian, western and eastern European food product». NY: Journal of Business Research, N.60 130-136
- P. Murillo, Inés, Nuñez, Fernando y Usabiaga, Carlos (2006). «Persistencia del desempleo regional: el caso del sur de España» en *Revista de Economía familiar*, nº3. Sevilla: Universidad de Sevilla, Extremadura y Pablo Olavide
- Palancar Penella, Mariano (1992). «Las grandes obras públicas que han modernizado Sevilla» en la *Revista de Obras Públicas*, nº 3312, Sevilla
- Pardo, Inma (2009). «Lo nunca visto en España: el número de parados supera los 4 millones» en el *Diario El Economista*; Madrid, 25 de abril de 2009
- Pardo, Pablo (2007). «La tercera vida de un ex ministro de Economía» en el diario *El Mundo*; Madrid, 29 de junio de 2007
- Paswan, Audhesh K. y Sharma, Dheeraj (2004). «COO knowledge an COO imagen: investigation in an emerging franchise market». Londres: Journal of Products & Brand Management, Vol.13, N.3
- Paul, Marisol (2008). «La carrera para ser capital cultural» en el diario *Cinco Días*; Madrid, 10 de mayo de 2008
- Paz y Meliá (1947). *Papeles de la Inquisición. Catálogo y extractos*. Madrid: Patronato del Archivo Histórico Nacional
- Peces, Juan. «Rajoy defiende 'una España verde' frente a 'la España amarilla de Rodríguez Zapatero'» en el *Diario El Mundo*; Madrid, 17 de marzo de 2008
- Pedraforca, H (2004). *Barcelona: marca registrada y banderín del ciudadanismo*. Barcelona: Editorial Virus
- Pedreño, Andrés (2008). «Internacionalización de las empresas y sus universidades». NY: Knowledge Wharton School, Universidad de Pensilvania. el 17 de julio de 2008
- Pedro Muñoz, Andrés (2007). «¿Invertir en imagen?». Madrid: Diario Información del Instituto de Economía Internacional (IEI). el 25 de marzo de 2007
- Peinado Lorca, Manuel (1997). «El milagro español» en el *Diario de Alcalá*; Madrid, 3 de junio de 1997
- Peña Izquierdo, José Ramón (2005). *Entre Roma y Gotia: los orígenes de España*. Madrid: Ed. Cyan
- Peña, Manuel (2005). «Seducciones e Invencciones» en el *Diario ABC*; Madrid, 20 de febrero de 2005
- Peñalver, P (1997). *La mística española en los siglos XVI y XVII*. Madrid: Akal
- Pereira, Arun, HSU, Chin-Chun y KUNDU, Sumit (2005). «Country of Origin Imagen: Measurement and cross-national testing». NY: Journal of Business Research, N.58
- Pereira, M.J. Jose Miguel de Prada (2007). «La isla de la Cartuja no debe perder un espacio público como el Palenque» en el *diario ABC*; Madrid, 14 de junio de 2007
- Pérez Álvarez, Mario (1999). *La influencia del cine en la conducta de la gente*. Madrid: Revista de Cultura y Ciencias Sociales, nº 21-22
- Pérez Herranz, Fernando Miguel y Santacreu Soler, José Miguel (2006). «La cuestión de España a las puertas del siglo XXI» en la *Revista de Filosofía Eikasia*, nº3. Alicante: Universidad de Alicante
- Pérez Miguel, Leandro. «El "esfuerzo colectivo" de Tom Clancy?». Madrid: Diario El Mundo. 10 de noviembre de 2003
- Pérez Murillo, M.D (1992). «Emigración de catalanes a Cuba a comienzos del siglo XIX» en la *Revista Trocadero*. Cádiz: Universidad de Cádiz
- Pérez Picazo, M.T. *La publicística en la Guerra de Sucesión*. Madrid: Aural
- Pérez, Claudi (2007). «España es ya la séptima economía mundial, según el Banco de España». Madrid: Diario El País. 01 de febrero de 2007
- Pérez, Claudi (2007). «España es ya la séptima economía mundial, según el Banco de España». Madrid: Diario El País. 01 de febrero de 2007
- Pérez, J (1986). *La emancipación en Hispanoamérica*. Madrid: Sarpe
- Pérez-Prendes, J.M. y Menéndez Pidal, R (1991). «La monarquía. El poder político, el estado, el derecho» en *Historia de España*, tomo III, 2, Madrid
- Pérez-Reverte, Arturo (2005). «Patente de corso» en el suplemento dominical *XL Semanal*, número 932. Edición electrónica (4 de septiembre de 2005): http://www.xlsemanal.com/web/firma.php?id_edicion=286&id_firma=1189 (Visto el 01 de abril de 2009)
- Peter, J.P. y J.C. Olson (1990). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Londres: Edit. Irwin
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T (1986). «The Elaboration Likelihood Model of Persuasion. Advances in experimental social psychology». NY: Academic Press, Vol. 19
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T. y Goldman, R (1981). «Personal involvement as determinant of argument – based persuasion». NY: Journal of Personality and Social Psychology, 1981. No. 41. pp.
- Piedrafitá, Sonia; Steinberg, Federico y Torreblanca, José Ignacio (2007). *La europeización de España (1986-2006)*. DT Nº 39/2007. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos

- Piedrafita, Sonia; Steinberg, Federico y Torreblanca, José Ignacio (2006). *20 Años de España en la Unión Europea (1986-2006)*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos. Madrid, 2006, pp. 26
- Piedrafita, Sonia; Steinberg, Federico y Torreblanca, José Ignacio (2007). *La europeización de España (1986-2006)*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos. DT N° 39/2007 - 11/09/2007
- Pimentel, Aurora (2001). *El marketing con causa en su contexto. En el libro Los espacios para la comunicación en el año 2000*. Madrid: Fundación General Complutense
- Pinkaeo, Krairoek y Speece, Mark (2000). «The Thai life insurance market: Effects of country of origin perceptions on consumer expectations». NY: Journal of Financial Services Marketing, Vol.5, N.2
- Pompeyo Trogo, Justino (1995). *Epítome de las historias filípicas de Pompeyo Trogo*. Madrid: Editorial Gredos
- Portús, Javier. «Tradición artística occidental» en el diario ABC; Madrid, 20 de febrero de 2005
- Powell, P (1972). *Arbol de odio. La Leyenda Negra y sus consecuencias en las relaciones entre EEUU y el mundo hispánico*. Madrid: Ed. Porrúa
- Puellas Pérez, José Antonio (2006). *Marca del Distribuidor. Oportunidades y Amenazas. Apuntes de 1º de Doctorado de la asignatura Marca del Distribuidor*. Madrid: Universidad Complutense
- Punj, Girish y Moon, Junyeon (2002). «Positioning options for achieving brand association. A psychological categorization framework». NY: Journal of Business Research, N.55
- Quesada Marco, Sebastián (1987). *Curso de Civilización Española*. Madrid: Sociedad General Española de Librerías
- Quijano, Antonio (2003). *Análisis histórico y sociológico de la imagen de España*. Madrid: Proyecto Marca España. Proyectos y Producciones Editoriales, S.A Primera Edición
- Quintana, Gerardo (2001). *Plan estratégico Sevilla 2010. La Ciudad visitada y vivida*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla
- Raanan, Rein (1995). *La salvación de una dictadura. Alianza Franco-Perón, 1946-1955*. Madrid: CSIC
- Rachman, Gideon (2008). «Spain, Italy and identity politics». Londres: Financial Times. 17 de marzo de 2008
- Ramírez, María (2009). «República Checa provoca a la UE con fútbol, hormigón y otros tópicos nacionales» en el *Diario El Mundo*; Madrid, 13 de enero de 2009
- Rapallo Serrano, María del Carmen (1996). *Perspectivas de España en el cumplimiento de los criterios de convergencia de Maastricht para la moneda única*. Madrid: Cuadernos de derecho y comercio, n° 20. Universidad Complutense de Madrid
- Reinales Lara, Pedro José (1996). *Percepción de los consumidores en los hipermercados de las marcas del distribuidor en productos de alta diversificación categórica: una aplicación empírica a los vinos de denominación Rioja*. Madrid: Universidad Complutense. Tesis doctoral del Departamento de Análisis e Investigación de Mercados de la Facultad de CCEEyEE de la UCM
- Reventós Gil de Biedma, Ana (2007). «Patrimonios incómodos para la imagen que Barcelona ofrece al mundo» en la *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol.5, n°3. Barcelona: Editorial PasosBarcelona
- Ries, Al y Trout, Jack (1990). *Posicionamiento. Ed. revisada*. Madrid: McGraw-Hill.
- Ries, Al; Ries Laura (1998). *The 22 Immutable Laws Of Branding*. New York: Harper Collins Publishers
- Rifkin, Jeremy (2000). *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós Estado y Sociedad
- Rizzolatti, Giacomo, Sinigaglia, Corrado (2006). *Las neuronas espejo. Los mecanismos de la empatía emocional*. Barcelona: Paidós
- Rodao, Florentino (2005). *La imagen de España en Asia-Pacífico. DT N° 32/2005*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos. 9 de junio de 2005
- Rodrigo, Kote y Graff, James (2004). «The Zen Of Zapatero». NY: Time. 19 de septiembre de 2004
- Rodríguez Marcos, Javier (2009). «Tarta de ideas en el Cervantes». Madrid: Diario El País. 01 de abril de 2009
- Rodríguez, Pedro (2004). «Bush reivindica la guerra de Irak pese a los reproches de los demócratas». Madrid: Diario ABC. 18 de marzo de 2004
- Rodríguez-Vález, Jorge y Arias Sampedro, Carlos (2004). *Efecto desbordamiento de las infraestructuras: evidencia a partir de fronteras estocásticas*. León: Departamento de Economía-Universidad de León del Instituto L.R.Klein (Centro Stone)-Universidad Autónoma de Madrid y Departamento de Economía de la Universidad de León
- Rose, Gregory; Dalakas, Vassilis y Kropp, Frederic (2002). «A five-nation study of developmental timetables, reciprocal communication and consumer socialization». NY: Journal of Business Research, N.55
- Rubio Plo, Antonio (2008). *La política mediterránea de Francia: del imperio latino de Alexandre Kojève al neogaullismo de Henri Guaino (ARI)*. Madrid: Real Instituto de Estudios Estratégicos, ARI N° 86/2008 - 5/08/2008
- Rubio, Javier (2009). «Expo 92: cumpleaños ¿feliz?» en el diario *El Mundo*, Madrid, 20 de abril de 2009
- Saavedra Fajardo, D (1976). *Empresas políticas*. Madrid: Ed. de Quintín Aldea
- Sábato, Ernesto (1991). «Ni Leyenda Negra ni Leyenda Blanca». Madrid: Diario *El País*. 2 de enero de 1991
- Sabio, M.A (1988). *Tres mitos para un rey en un momento de conflicto bélico. Carlos IV y la guerra*. Barcelona: UAB
- Sáiz-Pardo, Melchor (2009). «El Gobierno defiende ante la ONU la Transición española» en el *Diario de León*, León, 03 de febrero de 2009
- Salas, Nicolás (1999). *Sevilla en Tiempos de Joselito y Belmonte*. Sevilla: Ed. Castillejo
- Salaverrt, V (1984). *Etnocentrismo y política en la edad moderna. La imagen de España en Francia entre 1412 y 1580*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Salvador Bernabéu, Albert (2007). «Los americanistas y el pasado de América: tendencias e instituciones» en la *Revista de Indias*, Madrid:
- Samaranch, Juan Antonio (2008). «Prólogo. Embajadores de la Marca España en Grandes marcas de España» en *Informe oficial. Foro de Marcas Renombradas Españolas en colaboración con el Club de Exportadores e Inversores Españoles y Patrocinado por el Instituto Español de Comercio Exterior*. Madrid: ICEX
- Samaranch, Juan Antonio (2008). *Embajadores de la Marca España en Grandes marcas de España*. Madrid: Marcas Renombradas Españolas, Club de Exportadores e Inversores Españoles e ICEX
- Sánchez Franco, M. J (1999). *Eficacia publicitaria*. Madrid: McGraw-Hill
- Sánchez Mantero, Rafael (1994). «La imagen de España en los Estados Unidos» en R. Sánchez Mantero (1994). *La imagen de España en América 1898-1931*. Sevilla: CSIC
- Sánchez Mantero, Rafael, Macarro Vera, José Manuel y Álvarez Rey, Leandro (1994). *La Imagen de España en América, 1898-1931*. Sevilla: EEHA-CSIC. Sevilla, 1994, pp.155- 201
- Sánchez Romeralo, Antonio (1989). *El teatro de Lope de Vega*. Madrid: Ediciones Taurus

- Sánchez, Manuel (2004). «Zapatero pide que en el 14-M se elija entre la 'guerra preventiva' o la 'seguridad democrática'». Madrid: Diario El Mundo. 08 de febrero de 2004
- Santiso Guimarães, Javier (2007). «La internacionalización de las empresas españolas: hitos y retos» en la *Revista ICE*, nº 839; Madrid
- Sanz de la Tajada, L.A (1994). *La integración de la identidad y la imagen de la empresa*. Madrid: ESIC
- Sanz de la Tajada, L.A (1996). *Auditoría de la imagen de empresa. Métodos y técnicas de estudio de la imagen*. Madrid: Editorial Síntesis
- Sanz, Gabriel (2008). «Zapatero huye del rincón de la historia». Madrid: Diario ABC. 18 de noviembre de 2008
- Sanz, V (1917). «Michelet y la historia de España» en el *Bulletin Hispanique* nº12, París
- Sarabia, Bernabé (2001). «Hispanófilos anglosajones e hispanoingleses». En la *Tribuna Libre*; Madrid, 17 de febrero de 2001
- Sarraillh, J. *La España ilustrada de la segunda mitad del siglo XVIII*. México: FCE
- Schmidt, Helmut (1990). *Men and Powers. A political retrospective*. London: Spencers Print
- Schrödinger, Erwin (1983). *Mente y Materia*. Barcelona: Tusquets
- Segovia, C. Y Mayor, L (2006). «Zapatero proclama que España será más rica que Alemania y Francia antes de 2015». Madrid: Diario El Mundo. 25 de octubre de 2006
- Segovia, Carlos (2003). «Zapatero continuó sentado mientras el PP honraba a la bandera de EEUU». Madrid: Diario El Mundo. 13 de octubre de 2003
- Segovia, Carlos (2004). «EEUU podrá rearmar a Marruecos al convertirlo en su 'aliado preferente'». Madrid: Diario El Mundo. 5 de junio de 2004
- Segovia, Carlos (2004). Bush recibe a Aznar antes de devolver la llamada a Zapatero. Madrid: Diario El Mundo. 10 de noviembre de 2004
- Seisdedos, Gildo (2007). *España, un país en busca de una imagen*. NY: Knowledge Wharton School - Universidad de Pensilvania, 04 de abril de 2007
- Sigüenza, P. y Cepeda Adán, J (1986). *La historiografía española* en el volumen XXVI de la *Historia de España*. Madrid: RAE
- Sivasdas, Eugene; Bruvold, Norman y Nelson, Michelle (2008). «A reduced version of the horizontal and vertical individualism and collectivism scale: A four country assessment». NY: Journal of Business Research, N.61
- Solé Tura, Jordi y Subirats, Joan (1994). *La organización de los Juegos Olímpicos de Barcelona '92: un ejemplo de economía mixta o de sociedad pública y privada*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics - UAB
- Soto, Gil (2001). *El impacto de la Guerra de Secesión portuguesa (1640-1668) en los territorios de la "Raya" extremeña: el caso de Oliva de la Frontera*. Cáceres: Seminario de Estudios Cacerenses
- Sriram N, Lew, AA, Raguraman K, Gateways (2002). «Hubs and Destinations: Transportation Hierarchies in Southeast Asia» en Yeoh BSA, Ser Te, Wang J (2002). *Tourism management and policy: perspectives from Singapore*. Singapore: World Scientific
- Suárez Fernández, Luis y Mata Carrizo, Juan (1974). *Los Reyes Católicos. Fundamentos de la monarquía*. Madrid: Ediciones Espasa-Calpe
- Suárez, Eduardo (2007). «El asesor de Blair le aconsejó que no fuera a la boda de la hija de Aznar y Alejandro Agag». Madrid: Diario El Mundo. 10 de julio de 2007
- Sustersic, Paolo (2002). *Arquitectura, ciudad e ideología antiurbana. Actas del Congreso Internacional de Arquitectura, ciudad e ideología antiurbana*. Pamplona: Escuela Técnica Superior de Arquitectura. Universidad de Navarra
- Swyngedouw, Erik (2008). *Modernity and Hybridity: Nature, Regeneracionismo, and the Production of the Spanish Waterscape, 1890-1930* en *Reading Economic Geography*. NY: Ed. Blackwell Publishing
- Swystun, Jeff (2007). *El Glosario de las Marca. Estudio elaborado por el Foro de Marcas Renombras Españolas e Interbrand*. Madrid: LID Editorial Empresarial
- T. Powell, Charles (1994). *La dimensión exterior de la transición española*. Madrid: *Afers Internacionals*, nº 26
- Tascón Fernández, Julio (2001). *La agonía económico-financiera de la Segunda República española, 1936-1937. La caída de la inversión extranjera*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela
- Temprano, E (1988). *La selva de los tópicos*. Madrid: Ediciones Luis Vives
- Thakor VM y Katsanis L (1997). «A model on brand and country effects on quality dimensions: issues and implications». NY: J Int Consum Mark, 9(3)
- Tinto Arandes, José Antonio (2000). «La imagen de marca de las ciudades» en la *Revista Provincia*, nº 19. Madrid: Universidad Complutense de Madrid
- Tobio, L (1987). *Gondomar y los católicos ingleses*. La Coruña: Seminario de Estudio Gallegos
- Torreblanca, José Ignacio (2005). *El referéndum sobre la Constitución Europea en España: una doble decepción*. Madrid: Real Instituto Elcano de Estudios Estratégicos. ARI Nº 27-2005 - 21.2.2005
- Torrecilla, Jesús (2001). *La modernización de la imagen exótica de España en Carmen. Anales de la literatura española contemporánea*. Madrid: ALEC, Vol. 26, nº 1
- Torres Sorian, Manuel (2005). «El poder blando: ¿una alternativa a la fuerza militar?» en la revista *Política y Estrategia*, Madrid, nº 100
- Tremlett, Giles (2006). «Sky's the limit for Spanish companies». Londres: The Guardian. 13 de febrero de 2006
- Trias Sagnierm, Jorge (2006). «Europa como problema o como solución». Madrid: Diario La Gaceta de los Negocios. 16 de octubre de 2006
- Trias, J.M (1991). *Símbolo y logotipo de los Juegos Olímpicos de Barcelona '92*. Centre d'Estudis Olímpics - UAB. Barcelona, 1991, pp. 187-191
- Trias, J.M (1992). *El símbol de Barcelona '92, dins del Simposi Internacional sobre Jocs Olímpics*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport- UAB
- Tse Dk, LEE W (1993). *Removing negative country images: effects of decomposition, branding and product experience*. Londres: J Int Mark
- Ucelay De Cal, E (1990). «Ideas preconcebidas y estereotipos en la interpretación de la Guerra Civil española: el dorso de la solidaridad» en la *Revista Historia Social*, nº6; Madrid
- Ulrich, Herbert (2001). *Geschichte der Ausländerpolitik in Deutschland*. Munich: Flüchtlinge
- Unamuno, Miguel de (1998). *Sobre el marasmo actual de España en La España moderna*. Madrid: Alianza Editorial

- Vaca de Osma, José Antonio (2004). *El Imperio y la Leyenda Negra*. Madrid: Ediciones Rialp
- Valverde, M (2002). «La toma de Perejil. Madrid: Diario Expansión. 18 de julio de 2002
- Vallejo Girvés, Margarita (2004). *Los exilios de católicos y arrianos bajo Leovigildo y Recaredo*. Madrid: Universidad de Alcalá de Henares
- Valls J (1992). *La imagen de marca de los países*. Madrid: McGraw-Hills. Madrid
- Vargas Martínez, Celia (2008). *Los libros prohibidos por la Inquisición novohispana del siglo XVI*. México: Universidad Autónoma de México
- Vickerman, R (2001). *Transport and economic growth, Assessing the benefits of transport*. Paris: OECD
- Vignolo, Mino (2006). «Zapatero: 'No pediremos entrar en el G8, hay que mirar más allá'». Madrid: Diario El Mundo. 16 de octubre de 2006
- Vilarós, M. Teresa (2001). «La transición española y el nuevo orden del mundo» en la *Revista Banalidad y Biopolítica*; Madrid
- Vila-Sanjuán, Sergio (2009). «Las Españas y su (geo) política» en el *Diario La Vanguardia*; Barcelona, 25 de marzo de 2009
- Villafañe, J (1993). *Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas*. Madrid: Pirámide
- Villafañe, J (1999). *Imagen positiva. La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide
- Villafañe, J (2001). «El valor de la reputación». Madrid: Diario Cinco Días. 22 de marzo de 2001
- Villafañe, J. (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Madrid: Pirámide
- Villagra García, Nuria (2001). *Análisis de la comunicación de las empresas en Internet. Una investigación aplicada para el estudio de web corporativas*. Madrid: Universidad Complutense. Trabajo de investigación CCII
- Villari, R (1907). *Elogio Della desimulatione*. Bari:Allora
- Vivancos, Eduardo (1992). «Los otros juegos olímpicos de Barcelona» en la *Revista del Casal Català de Toronto*, n° 4; Barcelona
- Walters, Vernon (1978). *Silent Missions*. NY: Hardcover
- Webb D y Po K (2000). «Country of origin and brands effects in a university setting». NY: Anzmac
- Wiener, Norbert (1985). *Cibernética*. Barcelona:Tusquets
- Wolton, Dominique (2000). *Internet ¿y después?* Barcelona: Gedisa Editorial
- Woscester, R.M (1972). «Corporate Image Research» en *Consumer Market Research Handbook*. Londres: McGarw-Hill
- Yasin Mohd, Noryana, Noor Nasser, Mohd y Mohamad, Osman (2007). «Does image of country-of.origin matter to brand equity?». NY: Journal of Products & Brand Management. Vol.16 N1
- Yllán Calderón, E (1983). *Los estudios de Cánovas del Castillo sobre la casa de Austria: historiografía e ideología*. Madrid: Rialp
- Yoo, Changio y Macinnis, Deborah (2005). «The brand attitude formation process of emocional and informacional ads». NY: Journal of Business Research. N. 58
- Zhongqi Jin, Bal Chansarkar, N.M. Kondap (2006). «Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics». NY: Patrington. Tomo 18, No. 4
- Zhongqi Jin, BAL Chansarkar, N.M. Kondap. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. Patrington. Tomo 18, No. 4. 2006, pp. 283
- Zorrilla, Luis G (2002). *Historia de las relaciones entre México y los Estados Unidos de América, 1800-1958*. México: Ed. Porrúa, Col. Biblioteca Porrúa, n°29, V.1

9. FUENTES DE INTERÉS

9. FUENTES DE INTERÉS

Me gustaría indicar algunas instituciones y centros – públicos y privados - que pueden resultar relevantes como posibles fuentes de información para todos aquellos legos o expertos que quieran investigar o consultar aspectos de la temática de esta tesis doctoral.

En un mundo digitalizado como el presente, indicar números de teléfono o de fax, así como direcciones o personas de contacto, se presenta poco útil, pues en sus respectivas páginas web oficiales, el lector puede hallar ésta y otra información y conocer muchos otros aspectos que le pueden ayudar en su búsqueda:

- Agencia Española de Cooperación Internacional
- www.aeci.es
- AMRE: Asociación de Marcas Renombradas Españolas
- www.brandsofspain.com
- ATLAS: European Association for Tourism and Leisure Education
- www.atlas-euro.org
- Casa América
- www.casaamerica.es
- Casa Asia
- www.casaasia.es
- Club de Exportadores e Inversores Españoles
- www.clubexportadores.org
- COFIDES: Compañía Española de Financiación del Desarrollo
- www.cofides.es
- ECTARC: European Centre for Traditional and Regional Cultures
- www.ectarc.com
- EUROSTAT: Oficina de Estadística de la Comisión Europea
- europa.eu.int/comm/eurostat
- Exceltur: Alianza para la excelencia Turística
- www.exceltur.org
- Exposición Universal de Aichi (SEEI)
- www.expoaichi2005.com
- FES, Federación Española de Sociología
- www.uv.es
- Foreign Affairs
- www.foreignaffairs.org
- Foreign Policy
- www.foreignpolicy.org
- Fundación Carolina
- www.fundacioncarolina.es
- Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior
- www.fride.org
- ICEX
- www.icex.es
- ICOMOS: Consejo Internacional de Lugares y Monumentos históricos
- www.icomos.org
- Instituto Cervantes
- www.cervantes.es

- Instituto Complutense de Estudios Internacionales
- www.ucm.es/info/icei
- Instituto de Cuestiones Internacionales y de Política Exterior
- www.incipe.org
- Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA)
- www.tourspain.es
- Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)
- www.icex.es
- INTERES Invest in Spain
- www.interes.org
- Latitud22
- www.latitud22.net
- Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación
- www.maec.es
- Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación
- www.maec.es
- Ministerio de Cultura
- www.mcu.es
- Ministerio de Educación y Ciencia
- www.mec.es
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España
- www.mityc.es
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- www.mityc.es
- Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)
- www.oepm.es
- OMT: Organización Mundial del Turismo
- www.world-tourism.org
- Paradores
- www.parador.es
- Política Exterior
- www.politicaexterior.es
- Portal de Patrimonio de la Humanidad de UNESCO
- www.unesco.org
- Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos
- www.realinstitutoelcano.org
- Seacex
- www.seacex.es
- Secretaría de Estado de Turismo y Comercio
- www.mcx.es
- SEEI
- www.expo-int.com
- Turespaña
- www.spain.info.es
- UNESCO: United Nations for Education, Science Culture Organization www.unesco.org

10. ANEXOS

10. ANEXOS

10.1 TABLAS DEL ANÁLISIS MUESTRAL

10.1.1 Tablas de frecuencias

a) Tablas de clasificación temática

Tabla C1. Año de comercialización

Películas según décadas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hasta 1940	55	3,4	3,4	3,4
	De 1941 a1950	83	5,1	5,1	8,5
	De 1951 a 1960	115	7,1	7,1	15,6
	De 1961 a 1970	104	6,4	6,4	22,0
	De 1971 a1980	120	7,4	7,4	29,4
	De 1981 a 1990	176	10,9	10,9	40,3
	De 1991 a 2000	301	18,6	18,6	58,9
	De 2001 a 2009	666	41,1	41,1	100,0
	Total	1620	100,0	100,0	

Estadísticos		
Año de comercialización del largometraje		
N	Válidos	1620
	Perdidos	0
Media		1987,75
Error típ. de la media		,525
Mediana		1997,00
Moda		2007
Desv. típ.		21,123
Varianza		446,197
Asimetría		-1,054
Error típ. de asimetría		,061
Curtosis		-,030
Error típ. de curtosis		,122
Rango		94
Mínimo		1915
Máximo		2009
Percentiles	25	1975,00
	50	1997,00
	75	2004,00

Estadísticos		
Películas según décadas		
N	Válidos	1620
	Perdidos	0
Media		6,22
Error típ. de la media		,052
Mediana		7,00
Moda		8
Desv. típ.		2,103
Varianza		4,424
Asimetría		-1,018
Error típ. de asimetría		,061
Curtosis		-,187
Error típ. de curtosis		,122
Rango		7
Mínimo		1
Máximo		8
Percentiles	25	5,00
	50	7,00
	75	8,00

Tabla C2. Duración de las producciones

Duración del largometraje

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos <60"	8	,5	,5	,5
61-120"	1194	73,7	73,7	74,2
121-180"	395	24,4	24,4	98,6
>180"	23	1,4	1,4	100,0
Total	1620	100,0	100,0	

Estadísticos

		Duración del largometraje	Duración del largometraje
N	Válidos	1620	1620
	Perdidos	0	0
Media		111,39	2,27
Error típ. de la media		,878	,012
Mediana		106,00	2,00
Moda		90	2
Desv. típ.		35,351	,484
Varianza		1249,707	,234
Asimetría		14,982	1,287
Error típ. de asimetría		,061	,061
Curtosis		402,181	,925
Error típ. de curtosis		,122	,122
Rango		1096	3
Mínimo		17	1
Máximo		1113	4
Percentiles	25	95,00	2,00
	50	106,00	2,00
	75	121,00	3,00

Estadísticos

Duración del largometraje		
N	Válidos	1620
	Perdidos	0
Media		2,27
Error típ. de la media		,012
Mediana		2,00
Moda		2
Desv. típ.		,484
Varianza		,234
Asimetría		1,287
Error típ. de asimetría		,061
Curtosis		,925
Error típ. de curtosis		,122
Rango		3
Mínimo		1
Máximo		4
Percentiles	25	2,00
	50	2,00
	75	3,00

b) Tablas del análisis imagen-país

P.1 - ¿El largometraje versa o hace mención, directa o indirectamente, a España, a los españoles o a sus outputs o inputs?:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	403	24,9	24,9	24,9
	No	1217	75,1	75,1	100,0
	Total	1620	100,0	100,0	

P.1a - ¿La película es española?:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	205	12,7	50,9	50,9
	No	198	12,2	49,1	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.1aa - La película, principalmente, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	2	,1	1,0	1,0
	Europea	46	2,8	23,2	24,2
	Estadounidense	147	9,1	74,2	98,5
	Otras regiones	3	,2	1,5	100,0
	Total	198	12,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1422	87,8		
Total		1620	100,0		

P.1aaa - La película, ¿a qué país pertenece?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	10	,6	21,7	21,7
	Reino Unido	25	1,5	54,3	76,1
	Alemania	1	,1	2,2	78,3
	Italia	10	,6	21,7	100,0
	Total	46	2,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1574	97,2		
Total		1620	100,0		

P.1ab - ¿Coproduce España la película?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	11	,7	2,7	2,7
	No	392	24,2	97,3	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.1aba - El otro país coproductor principal es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	6	,4	54,5	54,5
	Europea	5	,3	45,5	100,0
	Total	11	,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1609	99,3		
Total		1620	100,0		

P.1abaa - ¿País?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	1	,1	20,0	20,0
	Reino Unido	2	,1	40,0	60,0
	Italia	1	,1	20,0	80,0
	Otros	1	,1	20,0	100,0
	Total	5	,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1615	99,7		
Total		1620	100,0		

P.1b - El género principal de la película es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Comedia	84	5,2	20,8	20,8
	Drama	64	4,0	15,9	36,7
	Cine de acción, aventura o CCFF	41	2,5	10,2	46,9
	Cine de suspense, thriller o terror	70	4,3	17,4	64,3
	Cine de animación	7	,4	1,7	66,0
	Documental	6	,4	1,5	67,5
	Cine bélico	19	1,2	4,7	72,2
	Histórico- Peplum	100	6,2	24,8	97,0
	Del Oeste	12	,7	3,0	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.1c - En caso de existir, el género secundario del largometraje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Comedia	22	1,4	5,5	5,5
	Drama	172	10,6	42,7	48,1
	Cine de acción, aventura o CCFF	78	4,8	19,4	67,5
	Cine de suspense, thriller o terror	102	6,3	25,3	92,8
	Cine bélico	3	,2	,7	93,5
	Histórico- Peplum	4	,2	1,0	94,5
	Del Oeste	3	,2	,7	95,3
	Musical	3	,2	,7	96,0
	Otros	16	1,0	4,0	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.2 - ¿España es tratada en la película?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	337	20,8	83,6	83,6
	No	66	4,1	16,4	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.2a - ¿Aparece como un escenario en el que contar una historia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	227	14,0	56,3	56,3
	No	176	10,9	43,7	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.2aa - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	31	1,9	13,7	13,7
	La Leyenda Amarilla	26	1,6	11,5	25,1
	La Leyenda Blanca	11	,7	4,8	30,0
	Dictadura franquista	12	,7	5,3	35,2
	Otros	147	9,1	64,8	100,0
	Total	227	14,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1393	86,0		
Total		1620	100,0		

P.2ab - Principalmente, ¿se relaciona con alguna otra potencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	52	3,2	13,6	13,6
	No	330	20,4	86,4	100,0
	Total	382	23,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1238	76,4		
Total		1620	100,0		

P.2aba - Principalmente, ¿con qué región?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	6	,4	11,5	11,5
	Árabe	6	,4	11,5	23,1
	Europea	29	1,8	55,8	78,8
	Estadounidense	9	,6	17,3	96,2
	Otras regiones	1	,1	1,9	98,1
	Varios	1	,1	1,9	100,0
	Total	52	3,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1568	96,8		
Total		1620	100,0		

P.2abaa - ¿País?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	8	,5	27,6	27,6
	Reino Unido	7	,4	24,1	51,7
	Italia	3	,2	10,3	62,1
	Otros	11	,7	37,9	100,0
	Total	29	1,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1591	98,2		
Total		1620	100,0		

P.2ac - Su papel, sugiere el rol de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Potencia perseguidora	16	1,0	7,0	7,0
	Potencia salvadora	1	,1	,4	7,5
	Potencia víctima	18	1,1	7,9	15,4
	Otros	192	11,9	84,6	100,0
	Total	227	14,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1393	86,0		
Total		1620	100,0		

P.2ad - Su aparición en el largometraje aparece como parte de una trama:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Principal	199	12,3	87,7	87,7
	Secundaria	15	,9	6,6	94,3
	Circunstancial	13	,8	5,7	100,0
	Total	227	14,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1393	86,0		
Total		1620	100,0		

P.2ae - ¿Consigue sus objetivos?:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	,1	,9	,9
	No	14	,9	6,2	7,0
	Otros	211	13,0	93,0	100,0
	Total	227	14,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1393	86,0		
Total		1620	100,0		

P.2b - ¿Aparece como un sujeto internacional?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	66	4,1	16,4	16,4
	No	337	20,8	83,6	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.2ba - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	29	1,8	45,3	45,3
	La Leyenda Amarilla	3	,2	4,7	50,0
	La Leyenda Blanca	5	,3	7,8	57,8
	Dictadura franquista	6	,4	9,4	67,2
	Otros	21	1,3	32,8	100,0
	Total	64	4,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1556	96,0		
Total		1620	100,0		

P.2bb - Principalmente, ¿se relaciona con alguna otra potencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	36	2,2	52,2	52,2
	No	33	2,0	47,8	100,0
	Total	69	4,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1551	95,7		
Total		1620	100,0		

P.2bba - Principalmente, ¿con qué región?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	9	,6	25,0	25,0
	Árabe	2	,1	5,6	30,6
	Europea	16	1,0	44,4	75,0
	Estadounidense	7	,4	19,4	94,4
	Varios	2	,1	5,6	100,0
	Total	36	2,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1584	97,8		
Total		1620	100,0		

P.2bbaa - ¿País?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	4	,2	23,5	23,5
	Reino Unido	3	,2	17,6	41,2
	Alemania	1	,1	5,9	47,1
	Italia	2	,1	11,8	58,8
	Otros	6	,4	35,3	94,1
	Varios	1	,1	5,9	100,0
	Total	17	1,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1603	99,0		
Total		1620	100,0		

P.2bc - Su papel, sugiere el rol de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Potencia perseguidora	20	1,2	31,3	31,3
	Potencia salvadora	3	,2	4,7	35,9
	Potencia víctima	18	1,1	28,1	64,1
	Otros	23	1,4	35,9	100,0
	Total	64	4,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1556	96,0		
Total		1620	100,0		

P.2bd - Su aparición en el largometraje aparece como parte de una trama:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Principal	32	2,0	50,8	50,8
	Secundaria	10	,6	15,9	66,7
	Circunstancial	20	1,2	31,7	98,4
	Varias	1	,1	1,6	100,0
	Total	63	3,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1557	96,1		
Total		1620	100,0		

P.2be - ¿Consigue sus objetivos?:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NS/NC	2	,1	2,9	2,9
	Sí	7	,4	10,1	13,0
	No	16	1,0	23,2	36,2
	Otros	44	2,7	63,8	100,0
	Total	69	4,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1551	95,7		
Total		1620	100,0		

P.2c - ¿Aparece a través de un símbolo de identidad?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	235	14,5	58,3	58,3
	No	168	10,4	41,7	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.2d - ¿Aparece a través de una mención a una región?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	241	14,9	59,8	59,8
	No	162	10,0	40,2	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.2e - ¿Aparece a través de una mención a un ciudadano?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	266	16,4	66,0	66,0
	No	136	8,4	33,7	99,8
	7	1	,1	,2	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.2da - Cuál?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Asturias	4	,2	1,7	1,7
	País Vasco	11	,7	4,6	6,2
	Navarra	3	,2	1,2	7,5
	Aragón	1	,1	,4	7,9
	Cataluña	16	1,0	6,6	14,5
	Valencia	3	,2	1,2	15,8
	Baleares	6	,4	2,5	18,3
	Andalucía	29	1,8	12,0	30,3
	Ceuta y Melilla	1	,1	,4	30,7
	Canarias	1	,1	,4	31,1
	Castilla y León	18	1,1	7,5	38,6
	La Rioja	1	,1	,4	39,0
	Castilla-La Mancha	10	,6	4,1	43,2
	Madrid	118	7,3	49,0	92,1
	Gibraltar	3	,2	1,2	93,4
	Plazas de soberanía	3	,2	1,2	94,6
	Otros	6	,4	2,5	97,1
	Varias	7	,4	2,9	100,0
	Total	241	14,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1379	85,1		
Total		1620	100,0		

P.3 - ¿Los outputs e inputs españoles son tratados en la película?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	309	19,1	76,7	76,7
	No	94	5,8	23,3	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.3a - Su rol se refiere a:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Inputs	11	,7	3,6	3,6
	Outputs	298	18,4	96,4	100,0
	Total	309	19,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1311	80,9		
Total		1620	100,0		

P.3aa - Tipo:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Turismo	4	,2	36,4	36,4
	Inversión extranjera	4	,2	36,4	72,7
	Importación de ByS	3	,2	27,3	100,0
	Total	11	,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1609	99,3		
Total		1620	100,0		

P.3aaa - Tipo:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sol y playa	1	,1	25,0	25,0
	Cultural, deportivo o de conciertos	3	,2	75,0	100,0
	Total	4	,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1616	99,8		
Total		1620	100,0		

P.3ab - Tipo:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cultura	248	15,3	83,2	83,2
	Exportación ByS	12	,7	4,0	87,2
	Emigración	15	,9	5,0	92,3
	Turismo español	13	,8	4,4	96,6
	Inversión española	3	,2	1,0	97,7
	Varios	3	,2	1,0	98,7
	Otros	4	,2	1,3	100,0
	Total	298	18,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1322	81,6		
Total		1620	100,0		

P.3aba - Tipo:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Música	2	,1	,8	,8
	Literatura	6	,4	2,4	3,2
	Pintura	12	,7	4,8	8,1
	Deporte	3	,2	1,2	9,3
	Arquitectura	4	,2	1,6	10,9
	Tauromaquia	6	,4	2,4	13,3
	Gastronomía	1	,1	,4	13,7
	Folclore	10	,6	4,0	17,7
	Terrorismo	7	,4	2,8	20,6
	Religión	7	,4	2,8	23,4
	Lengua	4	,2	1,6	25,0
	Otros	184	11,4	74,2	99,2
	Varios	2	,1	,8	100,0
	Total	248	15,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1372	84,7		
Total		1620	100,0		

P.3abb - Se refiere a:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Una obra	1	,1	4,3	4,3
	Un personaje	5	,3	21,7	26,1
	Un autor	12	,7	52,2	78,3
	Varios	4	,2	17,4	95,7
	Otros	1	,1	4,3	100,0
	Total	23	1,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1597	98,6		
Total		1620	100,0		

P.3abc - Tipo:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sol y playa	6	,4	46,2	46,2
	Verde, agrario y rural	1	,1	7,7	53,8
	Cultural, deportivo o de conciertos	2	,1	15,4	69,2
	Negocios, reuniones o congresos	2	,1	15,4	84,6
	Exclusivo o de lujo	2	,1	15,4	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.3b - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	53	3,3	17,2	17,2
	La Leyenda Amarilla	42	2,6	13,6	30,7
	La Leyenda Blanca	35	2,2	11,3	42,1
	Dictadura franquista	13	,8	4,2	46,3
	Otros	166	10,2	53,7	100,0
	Total	309	19,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1311	80,9		
Total		1620	100,0		

P.3c - ¿Existe alguna región relacionada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	243	15,0	78,6	78,6
	No	66	4,1	21,4	100,0
	Total	309	19,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1311	80,9		
Total		1620	100,0		

P.3ca - ¿Región?:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Asturias	5	,3	2,1	2,1
	País Vasco	13	,8	5,3	7,4
	Navarra	5	,3	2,1	9,5
	Aragón	1	,1	,4	9,9
	Cataluña	10	,6	4,1	14,0
	Valencia	3	,2	1,2	15,2
	Baleares	5	,3	2,1	17,3
	Andalucía	38	2,3	15,6	32,9
	Ceuta y Melilla	1	,1	,4	33,3
	Canarias	1	,1	,4	33,7
	Castilla y León	18	1,1	7,4	41,2
	La Rioja	1	,1	,4	41,6
	Castilla-La Mancha	9	,6	3,7	45,3
	Madrid	118	7,3	48,6	93,8
	Plazas de soberanía	3	,2	1,2	95,1
	Otros	5	,3	2,1	97,1
	Varias	7	,4	2,9	100,0
	Total	243	15,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1377	85,0		
Total		1620	100,0		

P.3d - Principalmente, ¿se relacionan con algún país?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	89	5,5	28,8	28,8
	No	220	13,6	71,2	100,0
	Total	309	19,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1311	80,9		
Total		1620	100,0		

P.3da - ¿Principalmente, ¿con qué región?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	16	1,0	18,0	18,0
	Árabe	5	,3	5,6	23,6
	Europea	42	2,6	47,2	70,8
	Estadounidense	25	1,5	28,1	98,9
	Otras regiones	1	,1	1,1	100,0
	Total	89	5,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1531	94,5		
Total		1620	100,0		

P.3daa - ¿País?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	13	,8	31,0	31,0
	Reino Unido	10	,6	23,8	54,8
	Italia	3	,2	7,1	61,9
	Otros	16	1,0	38,1	100,0
	Total	42	2,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1578	97,4		
Total		1620	100,0		

P.3e El rol de esos outputs e inputs es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Positivo	44	2,7	14,2	14,2
	Negativo	63	3,9	20,4	34,6
	Neutro	202	12,5	65,4	100,0
	Total	309	19,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1311	80,9		
Total		1620	100,0		

P.3f Su aparición en el largometraje aparece de forma:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Principal	208	12,8	67,3	67,3
	Secundaria	26	1,6	8,4	75,7
	Circunstancial	75	4,6	24,3	100,0
	Total	309	19,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1311	80,9		
Total		1620	100,0		

c) *Tablas del análisis del tiempo*

P.4 El tiempo de la trama de la película, ¿es lineal?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	389	24,0	96,3	96,3
	No	15	,9	3,7	100,0
	Total	404	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1216	75,1		
Total		1620	100,0		

P.4a - La alteración cronológica se produce por:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Prolepsis/ Flashforward	1	,1	6,7	6,7
	Paréntesis / Tiempo paralelo	4	,2	26,7	33,3
	Analepsis/Flashback/ Racconto	10	,6	66,7	100,0
	Total	15	,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1605	99,1		
Total		1620	100,0		

P.4ba -Periodo:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En la edad antigua, época prerromana	1	,1	10,0	10,0
	En la edad moderna, S. XVI	3	,2	30,0	40,0
	En la edad contemporánea, S. XVIII	1	,1	10,0	50,0
	En la edad contemporánea, primer tercio del S. XX	2	,1	20,0	70,0
	En la edad contemporánea, segundo tercio del S. XX	1	,1	10,0	80,0
	En un pasado fantástico	2	,1	20,0	100,0
	Total	10	,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1610	99,4		
Total		1620	100,0		

P.4b - ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama principal de la película?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En el pasado	10	,6	66,7	66,7
	En nuestros días (2000-2009)	5	,3	33,3	100,0
	Total	15	,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1605	99,1		
Total		1620	100,0		

P.4c - ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama secundaria de la película?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En el pasado	9	,6	60,0	60,0
	En nuestros días (2000-2009)	6	,4	40,0	100,0
	Total	15	,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1605	99,1		
Total		1620	100,0		

P.4ca - Periodo:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En la edad antigua, época prerromana	1	,1	11,1	11,1
	En la edad media, alta edad media	1	,1	11,1	22,2
	En la edad contemporánea, primera mitad del S. XIX	1	,1	11,1	33,3
	En la edad contemporánea, segundo tercio del S. XX	3	,2	33,3	66,7
	En la edad contemporánea, tercer tercio del S. XX	3	,2	33,3	100,0
	Total	9	,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1611	99,4		
Total		1620	100,0		

P.4d - ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama única de la película?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En el pasado	265	16,4	68,1	68,1
	En nuestros días (2000-2009)	122	7,5	31,4	99,5
	En el futuro	2	,1	,5	100,0
	Total	389	24,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1231	76,0		
Total		1620	100,0		

P.4da - Periodo:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En la prehistoria	1	,1	,4	,4
	En la edad antigua, época prerromana	1	,1	,4	,8
	En la edad antigua, época romana	8	,5	3,0	3,8
	En la edad media, alta edad media	3	,2	1,1	4,9
	En la edad media, baja edad media	9	,6	3,4	8,3
	En la edad moderna, S. XVI	22	1,4	8,3	16,6
	En la edad moderna, S. XVII	20	1,2	7,5	24,2
	En la edad contemporánea, S. XVIII	3	,2	1,1	25,3
	En la edad contemporánea, primera mitad del S. XIX	16	1,0	6,0	31,3
	En la edad contemporánea, segunda mitad del S. XIX	30	1,9	11,3	42,6
	En la edad contemporánea, primer tercio del S. XX	18	1,1	6,8	49,4
	En la edad contemporánea, segundo tercio del S. XX	36	2,2	13,6	63,0
	En la edad contemporánea, tercer tercio del S. XX	96	5,9	36,2	99,2
	En un pasado fantástico	2	,1	,8	100,0
	Total	265	16,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1355	83,6		
Total		1620	100,0		

P.4db - Periodo:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En un futuro inmediato (2010-2015)	1	,1	50,0	50,0
	En un futuro próximo (2015-2030)	1	,1	50,0	100,0
	Total	2	,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1618	99,9		
Total		1620	100,0		

d) *Tablas del análisis del espacio*

P.5 - ¿La trama de la película se desarrolla en España?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	229	14,1	56,8	56,8
	No	174	10,7	43,2	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.5a - Su presencia, se desarrolla en una trama:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Principal	198	12,2	86,5	86,5
	Secundaria	18	1,1	7,9	94,3
	Circunstancial	13	,8	5,7	100,0
	Total	229	14,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1391	85,9		
Total		1620	100,0		

P.5b -Se desarrolla la trama de la película, en exclusiva, en suelo español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	195	12,0	85,2	85,2
	No	34	2,1	14,8	100,0
	Total	229	14,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1391	85,9		
Total		1620	100,0		

P.5ba - La otra región principal es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	5	,3	14,7	14,7
	Árabe	2	,1	5,9	20,6
	Europea	14	,9	41,2	61,8
	Estadounidense	7	,4	20,6	82,4
	Varios	6	,4	17,6	100,0
	Total	34	2,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1586	97,9		
Total		1620	100,0		

P.5baa - ¿País?:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	7	,4	50,0	50,0
	Reino Unido	1	,1	7,1	57,1
	Italia	1	,1	7,1	64,3
	Otros	4	,2	28,6	92,9
	Varios	1	,1	7,1	100,0
	Total	14	,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1606	99,1		
Total		1620	100,0		

P.5c - España, es mostrada con un cariz:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Positivo	22	1,4	9,6	9,6
	Negativo	34	2,1	14,8	24,5
	Neutro	12	,7	5,2	29,7
	Otros	161	9,9	70,3	100,0
	Total	229	14,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1391	85,9		
Total		1620	100,0		

P.5d -La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	26	1,6	11,4	11,4
	La Leyenda Amarilla	21	1,3	9,2	20,5
	La Leyenda Blanca	15	,9	6,6	27,1
	Dictadura franquista	12	,7	5,2	32,3
	Otros	155	9,6	67,7	100,0
	Total	229	14,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1391	85,9		
Total		1620	100,0		

P.5e - Principalmente, ¿en qué parte de España se desarrolla la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En colonias españolas	1	,1	,4	,4
	A bordo de naves o aeronaves españolas	2	,1	,9	1,3
	En la Madre Patria pretérita (península, archipiélagos y plazas de soberanía)	27	1,7	11,8	13,1
	En la Madre Patria presente (península, archipiélagos y plazas de soberanía)	199	12,3	86,9	100,0
	Total	229	14,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1391	85,9		
Total		1620	100,0		

P.5ea - ¿En qué parte de España se desarrolla la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En las provincias de la España grecorromana	1	,1	3,7	3,7
	En la Corona de Castilla	11	,7	40,7	44,4
	En la Corona de Aragón	1	,1	3,7	48,1
	En la España Imperial de los Austria	7	,4	25,9	74,1
	En la España Imperial de los Borbón	7	,4	25,9	100,0
	Total	27	1,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1593	98,3		
Total		1620	100,0		

P.5eb - ¿En qué parte de España se desarrolla la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Asturias	4	,2	2,0	2,0
	País Vasco	10	,6	5,0	7,0
	Navarra	4	,2	2,0	9,0
	Cataluña	10	,6	5,0	14,1
	Valencia	3	,2	1,5	15,6
	Baleares	3	,2	1,5	17,1
	Andalucía	23	1,4	11,6	28,6
	Ceuta y Melilla	1	,1	,5	29,1
	Castilla y León	9	,6	4,5	33,7
	Castilla-La Mancha	6	,4	3,0	36,7
	Madrid	116	7,2	58,3	95,0
	Gibraltar	1	,1	,5	95,5
	Otros	4	,2	2,0	97,5
	Varias	5	,3	2,5	100,0
	Total	199	12,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1421	87,7		
Total		1620	100,0		

d) *Tablas del análisis de los personajes*

P.6 - ¿Alguno de los personajes interpreta a un ciudadano español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	268	16,5	66,5	66,5
	No	135	8,3	33,5	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.6a - ¿Algún perseguidor es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	111	6,9	41,4	41,4
	No	157	9,7	58,6	100,0
	Total	268	16,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1352	83,5		
Total		1620	100,0		

P.6aa - El perseguidor principal, ¿es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	104	6,4	93,7	93,7
	No	7	,4	6,3	100,0
	Total	111	6,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1509	93,1		
Total		1620	100,0		

P.6aaa - El actor que le da vida, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	2	,1	1,9	1,9
	Árabe	1	,1	1,0	2,9
	Europea	10	,6	9,6	12,5
	Estadounidense	4	,2	3,8	16,3
	Español	87	5,4	83,7	100,0
	Total	104	6,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1516	93,6		
Total		1620	100,0		

P.6aaaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	2	,1	20,0	20,0
	Reino Unido	4	,2	40,0	60,0
	Alemania	1	,1	10,0	70,0
	Italia	3	,2	30,0	100,0
	Total	10	,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1610	99,4		
Total		1620	100,0		

P.6aab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	88	5,4	84,6	84,6
	Mujer	16	1,0	15,4	100,0
	Total	104	6,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1516	93,6		
Total		1620	100,0		

P.6aac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	17	1,0	16,3	16,3
	No	87	5,4	83,7	100,0
	Total	104	6,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1516	93,6		
Total		1620	100,0		

P.6aad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	16	1,0	15,4	15,4
	No	88	5,4	84,6	100,0
	Total	104	6,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1516	93,6		
Total		1620	100,0		

P.6eaha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	3	,2	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1617	99,8		
Total		1620	100,0		

P.6aae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	5	,3	4,8	4,8
	No	99	6,1	95,2	100,0
	Total	104	6,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1516	93,6		
Total		1620	100,0		

P.6aaf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	14	,9	13,5	13,5
	No	90	5,6	86,5	100,0
	Total	104	6,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1516	93,6		
Total		1620	100,0		

P.6aafa - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	5	,3	35,7	35,7
	Otros	9	,6	64,3	100,0
	Total	14	,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1606	99,1		
Total		1620	100,0		

P.6aag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	20	1,2	19,2	19,2
	La Leyenda Amarilla	6	,4	5,8	25,0
	La Leyenda Blanca	3	,2	2,9	27,9
	Dictadura franquista	1	,1	1,0	28,8
	Otros	74	4,6	71,2	100,0
	Total	104	6,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1516	93,6		
Total		1620	100,0		

P.6aah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	8	,5	7,7	7,7
	No	96	5,9	92,3	100,0
	Total	104	6,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1516	93,6		
Total		1620	100,0		

P.6aaha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	7	,4	87,5	87,5
	Otros	1	,1	12,5	100,0
	Total	8	,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1612	99,5		
Total		1620	100,0		

P.6ab - El perseguidor secundario, ¿es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	50	3,1	45,0	45,0
	No	61	3,8	55,0	100,0
	Total	111	6,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1509	93,1		
Total		1620	100,0		

P.6aba - El actor que le da vida, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	5	,3	10,0	10,0
	Europea	9	,6	18,0	28,0
	Estadounidense	2	,1	4,0	32,0
	Español	34	2,1	68,0	100,0
	Total	50	3,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1570	96,9		
Total		1620	100,0		

P.6abaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	1	,1	11,1	11,1
	Reino Unido	4	,2	44,4	55,6
	Alemania	1	,1	11,1	66,7
	Italia	3	,2	33,3	100,0
	Total	9	,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1611	99,4		
Total		1620	100,0		

P.6abb - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	36	2,2	72,0	72,0
	Mujer	14	,9	28,0	100,0
	Total	50	3,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1570	96,9		
Total		1620	100,0		

P.6abc - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	7	,4	14,0	14,0
	No	43	2,7	86,0	100,0
	Total	50	3,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1570	96,9		
Total		1620	100,0		

P.6abd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	11	,7	22,0	22,0
	No	39	2,4	78,0	100,0
	Total	50	3,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1570	96,9		
Total		1620	100,0		

P.6abe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	,6	18,0	18,0
	No	41	2,5	82,0	100,0
	Total	50	3,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1570	96,9		
Total		1620	100,0		

P.6abf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	13	,8	26,0	26,0
	No	37	2,3	74,0	100,0
	Total	50	3,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1570	96,9		
Total		1620	100,0		

P.6abfa - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Asturias	1	,1	7,7	7,7
	Andalucía	3	,2	23,1	30,8
	Otros	9	,6	69,2	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6abg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	18	1,1	36,0	36,0
	La Leyenda Amarilla	5	,3	10,0	46,0
	La Leyenda Blanca	1	,1	2,0	48,0
	Otros	26	1,6	52,0	100,0
	Total	50	3,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1570	96,9		
Total		1620	100,0		

P.6abh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	4	,2	8,0	8,0
	No	46	2,8	92,0	100,0
	Total	50	3,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1570	96,9		
Total		1620	100,0		

P.6abha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	4	,2	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1616	99,8		
Total		1620	100,0		

P.6b - ¿Algún salvador es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	172	10,6	64,2	64,2
	No	96	5,9	35,8	100,0
	Total	268	16,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1352	83,5		
Total		1620	100,0		

P.6ba - El salvador principal, ¿es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	170	10,5	98,8	98,8
	No	2	,1	1,2	100,0
	Total	172	10,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1448	89,4		
Total		1620	100,0		

P.6bba - El actor que le da vida, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Europea	3	,2	1,8	1,8
	Estadounidense	7	,4	4,1	5,9
	Español	160	9,9	94,1	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6baaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Reino Unido	1	,1	33,3	33,3
	Italia	2	,1	66,7	100,0
	Total	3	,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1617	99,8		
Total		1620	100,0		

P.6bab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	142	8,8	83,5	83,5
	Mujer	28	1,7	16,5	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6bac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	159	9,8	93,5	93,5
	No	11	,7	6,5	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6bad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	12	,7	7,1	7,1
	No	158	9,8	92,9	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6bae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	,1	1,2	1,2
	No	168	10,4	98,8	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6baf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	,6	5,3	5,3
	No	161	9,9	94,7	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6bafa - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	País Vasco	1	,1	11,1	11,1
	Andalucía	3	,2	33,3	44,4
	Otros	5	,3	55,6	100,0
	Total	9	,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1611	99,4		
Total		1620	100,0		

P.6bag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	16	1,0	9,4	9,4
	La Leyenda Amarilla	9	,6	5,3	14,7
	La Leyenda Blanca	4	,2	2,4	17,1
	Dictadura franquista	5	,3	2,9	20,0
	Otros	136	8,4	80,0	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6bah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	8	,5	4,7	4,7
	No	162	10,0	95,3	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6baha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	8	,5	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1612	99,5		
Total		1620	100,0		

P.6b - ¿Algún salvador es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	172	10,6	64,2	64,2
	No	96	5,9	35,8	100,0
	Total	268	16,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1352	83,5		
Total		1620	100,0		

P.6ba - El salvador principal, ¿es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	170	10,5	98,8	98,8
	No	2	,1	1,2	100,0
	Total	172	10,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1448	89,4		
Total		1620	100,0		

P.6bba - El actor que le da vida, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Europea	3	,2	1,8	1,8
	Estadounidense	7	,4	4,1	5,9
	Español	160	9,9	94,1	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6baaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Reino Unido	1	,1	33,3	33,3
	Italia	2	,1	66,7	100,0
	Total	3	,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1617	99,8		
Total		1620	100,0		

P.6bab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	142	8,8	83,5	83,5
	Mujer	28	1,7	16,5	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6bac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	159	9,8	93,5	93,5
	No	11	,7	6,5	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6bad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	12	,7	7,1	7,1
	No	158	9,8	92,9	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6bae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	,1	1,2	1,2
	No	168	10,4	98,8	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6baf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	,6	5,3	5,3
	No	161	9,9	94,7	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6bafa - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	País Vasco	1	,1	11,1	11,1
	Andalucía	3	,2	33,3	44,4
	Otros	5	,3	55,6	100,0
	Total	9	,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1611	99,4		
Total		1620	100,0		

P.6bag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	16	1,0	9,4	9,4
	La Leyenda Amarilla	9	,6	5,3	14,7
	La Leyenda Blanca	4	,2	2,4	17,1
	Dictadura franquista	5	,3	2,9	20,0
	Otros	136	8,4	80,0	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6bah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	8	,5	4,7	4,7
	No	162	10,0	95,3	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.6baha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	8	,5	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1612	99,5		
Total		1620	100,0		

P.6bb - El salvador secundario, ¿es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	86	5,3	50,0	50,0
	No	86	5,3	50,0	100,0
	Total	172	10,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1448	89,4		
Total		1620	100,0		

P.6bba - El actor que le da vida, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	3	,2	3,5	3,5
	Europea	6	,4	7,0	10,5
	Estadounidense	2	,1	2,3	12,8
	Español	75	4,6	87,2	100,0
	Total	86	5,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1534	94,7		
Total		1620	100,0		

P.6bbaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Reino Unido	1	,1	16,7	16,7
	Italia	5	,3	83,3	100,0
	Total	6	,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1614	99,6		
Total		1620	100,0		

P.6bbb - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	64	4,0	74,4	74,4
	Mujer	22	1,4	25,6	100,0
	Total	86	5,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1534	94,7		
Total		1620	100,0		

P.6bbd - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	78	4,8	90,7	90,7
	No	8	,5	9,3	100,0
	Total	86	5,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1534	94,7		
Total		1620	100,0		

P.6bbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	3	,2	3,5	3,5
	No	83	5,1	96,5	100,0
	Total	86	5,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1534	94,7		
Total		1620	100,0		

P.6bbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	,1	2,3	2,3
	No	84	5,2	97,7	100,0
	Total	86	5,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1534	94,7		
Total		1620	100,0		

P.6bbf- El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	7	,4	8,1	8,1
	No	79	4,9	91,9	100,0
	Total	86	5,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1534	94,7		
Total		1620	100,0		

P.6bbfa - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	4	,2	57,1	57,1
	Otros	3	,2	42,9	100,0
	Total	7	,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1613	99,6		
Total		1620	100,0		

P.6bbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	6	,4	7,0	7,0
	La Leyenda Amarilla	7	,4	8,1	15,1
	Dictadura franquista	2	,1	2,3	17,4
	Otros	71	4,4	82,6	100,0
	Total	86	5,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1534	94,7		
Total		1620	100,0		

P.6bbha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	8	,5	88,9	88,9
	Otros	1	,1	11,1	100,0
	Total	9	,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1611	99,4		
Total		1620	100,0		

P.6c - ¿Alguna víctima es española?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	185	11,4	69,0	69,0
	No	83	5,1	31,0	100,0
	Total	268	16,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1352	83,5		
Total		1620	100,0		

P.6ca - La víctima principal, ¿es española?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	185	11,4	69,0	69,0
	No	83	5,1	31,0	100,0
	Total	268	16,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1352	83,5		
Total		1620	100,0		

P.6caa - El actor que le da vida, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	2	,1	1,1	1,1
	Europea	8	,5	4,3	5,4
	Estadounidense	4	,2	2,2	7,6
	Español	171	10,6	92,4	100,0
	Total	185	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1435	88,6		
Total		1620	100,0		

P.6caaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Reino Unido	3	,2	37,5	37,5
	Alemania	1	,1	12,5	50,0
	Italia	4	,2	50,0	100,0
	Total	8	,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1612	99,5		
Total		1620	100,0		

P.6cab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	98	6,0	53,0	53,0
	Mujer	87	5,4	47,0	100,0
	Total	185	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1435	88,6		
Total		1620	100,0		

P.6cac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	166	10,2	89,7	89,7
	No	19	1,2	10,3	100,0
	Total	185	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1435	88,6		
Total		1620	100,0		

P.6cad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	16	1,0	8,6	8,6
	No	169	10,4	91,4	100,0
	Total	185	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1435	88,6		
Total		1620	100,0		

P.6cae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	5	,3	2,7	2,7
	No	180	11,1	97,3	100,0
	Total	185	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1435	88,6		
Total		1620	100,0		

P.6caf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	12	,7	6,5	6,5
	No	173	10,7	93,5	100,0
	Total	185	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1435	88,6		
Total		1620	100,0		

P.6cafa - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	6	,4	50,0	50,0
	Otros	6	,4	50,0	100,0
	Total	12	,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1608	99,3		
Total		1620	100,0		

P.6cag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	22	1,4	11,9	11,9
	La Leyenda Amarilla	11	,7	5,9	17,8
	La Leyenda Blanca	3	,2	1,6	19,5
	Dictadura franquista	4	,2	2,2	21,6
	Otros	145	9,0	78,4	100,0
	Total	185	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1435	88,6		
Total		1620	100,0		

P.6cah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	13	,8	7,0	7,0
	No	172	10,6	93,0	100,0
	Total	185	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1435	88,6		
Total		1620	100,0		

P.6caha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	12	,7	92,3	92,3
	Castilla-La Mancha	1	,1	7,7	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6cb - La víctima secundaria, ¿es española?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	128	7,9	47,9	47,9
	No	139	8,6	52,1	100,0
	Total	267	16,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1353	83,5		
Total		1620	100,0		

P.6cba - El actor que le da vida, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	2	,1	1,6	1,6
	Árabe	1	,1	,8	2,3
	Europea	3	,2	2,3	4,7
	Estadounidense	1	,1	,8	5,5
	Español	121	7,5	94,5	100,0
	Total	128	7,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1492	92,1		
Total		1620	100,0		

P.6cbaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Reino Unido	1	,1	33,3	33,3
	Italia	2	,1	66,7	100,0
	Total	3	,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1617	99,8		
Total		1620	100,0		

P.6cbb - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	73	4,5	57,0	57,0
	Mujer	55	3,4	43,0	100,0
	Total	128	7,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1492	92,1		
Total		1620	100,0		

P.6cbc - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	112	6,9	87,5	87,5
	No	16	1,0	12,5	100,0
	Total	128	7,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1492	92,1		
Total		1620	100,0		

P.6cbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	8	,5	6,3	6,3
	No	120	7,4	93,8	100,0
	Total	128	7,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1492	92,1		
Total		1620	100,0		

P.6cbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	,1	1,6	1,6
	No	126	7,8	98,4	100,0
	Total	128	7,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1492	92,1		
Total		1620	100,0		

P.6cbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	7	,4	5,5	5,5
	No	121	7,5	94,5	100,0
	Total	128	7,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1492	92,1		
Total		1620	100,0		

P.6cbfa - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	4	,2	57,1	57,1
	Otros	3	,2	42,9	100,0
	Total	7	,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1613	99,6		
Total		1620	100,0		

P.6cbg -La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	13	,8	10,2	10,2
	La Leyenda Amarilla	5	,3	3,9	14,1
	La Leyenda Blanca	1	,1	,8	14,8
	Dictadura franquista	1	,1	,8	15,6
	Otros	108	6,7	84,4	100,0
	Total	128	7,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1492	92,1		
Total		1620	100,0		

P.6cbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	8	,5	6,3	6,3
	No	120	7,4	93,8	100,0
	Total	128	7,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1492	92,1		
Total		1620	100,0		

P.6cbha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	8	,5	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1612	99,5		
Total		1620	100,0		

P.6d - ¿Algún personaje circunstancial es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	208	12,8	77,9	77,9
	No	59	3,6	22,1	100,0
	Total	267	16,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1353	83,5		
Total		1620	100,0		

P.6da - Algún personaje circunstancial, ¿es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	201	12,4	75,3	75,3
	No	66	4,1	24,7	100,0
	Total	267	16,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1353	83,5		
Total		1620	100,0		

P.6daa - El actor que le da vida, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NS/NC	6	,4	3,0	3,0
	Iberoamericana	6	,4	3,0	6,0
	Europea	6	,4	3,0	9,0
	Estadounidense	8	,5	4,0	12,9
	Español	175	10,8	87,1	100,0
	Total	201	12,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1419	87,6		
Total		1620	100,0		

P.6daaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	2	,1	28,6	28,6
	Reino Unido	3	,2	42,9	71,4
	Alemania	1	,1	14,3	85,7
	Otros	1	,1	14,3	100,0
	Total	7	,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1613	99,6		
Total		1620	100,0		

P.6dab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	123	7,6	61,2	61,2
	Mujer	78	4,8	38,8	100,0
	Total	201	12,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1419	87,6		
Total		1620	100,0		

P.6dac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	176	10,9	87,6	87,6
	No	25	1,5	12,4	100,0
	Total	201	12,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1419	87,6		
Total		1620	100,0		

P.6dad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	,6	4,5	4,5
	No	192	11,9	95,5	100,0
	Total	201	12,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1419	87,6		
Total		1620	100,0		

P.6dae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	13	,8	6,5	6,5
	No	188	11,6	93,5	100,0
	Total	201	12,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1419	87,6		
Total		1620	100,0		

P.6daf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	24	1,5	11,9	11,9
	No	177	10,9	88,1	100,0
	Total	201	12,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1419	87,6		
Total		1620	100,0		

P.6dafa - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Navarra	1	,1	4,2	4,2
	Andalucía	7	,4	29,2	33,3
	Otros	16	1,0	66,7	100,0
	Total	24	1,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1596	98,5		
Total		1620	100,0		

P.6dag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	24	1,5	11,9	11,9
	La Leyenda Amarilla	17	1,0	8,5	20,4
	La Leyenda Blanca	3	,2	1,5	21,9
	Dictadura franquista	5	,3	2,5	24,4
	Otros	152	9,4	75,6	100,0
	Total	201	12,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1419	87,6		
Total		1620	100,0		

P.6dah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	13	,8	6,5	6,5
	No	188	11,6	93,5	100,0
	Total	201	12,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1419	87,6		
Total		1620	100,0		

P.6daha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	País Vasco	1	,1	7,7	7,7
	Andalucía	12	,7	92,3	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6db - ¿Algún otro personaje circunstancial es español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	182	11,2	68,2	68,2
	No	85	5,2	31,8	100,0
	Total	267	16,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1353	83,5		
Total		1620	100,0		

P.6dba - El actor que le da vida, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NS/NC	6	,4	3,3	3,3
	Iberoamericana	2	,1	1,1	4,4
	Árabe	1	,1	,5	4,9
	Europea	2	,1	1,1	6,0
	Estadounidense	2	,1	1,1	7,1
	Español	169	10,4	92,9	100,0
	Total	182	11,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1438	88,8		
Total		1620	100,0		

P.6dbaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Reino Unido	1	,1	50,0	50,0
	Italia	1	,1	50,0	100,0
	Total	2	,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1618	99,9		
Total		1620	100,0		

P.6dbab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	93	5,7	51,1	51,1
	Mujer	89	5,5	48,9	100,0
	Total	182	11,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1438	88,8		
Total		1620	100,0		

P.6dbc -El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	172	10,6	94,5	94,5
	No	10	,6	5,5	100,0
	Total	182	11,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1438	88,8		
Total		1620	100,0		

P.6dbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	4	,2	2,2	2,2
	No	178	11,0	97,8	100,0
	Total	182	11,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1438	88,8		
Total		1620	100,0		

P.6dbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	6	,4	3,3	3,3
	No	176	10,9	96,7	100,0
	Total	182	11,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1438	88,8		
Total		1620	100,0		

P.6dbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	16	1,0	8,8	8,8
	No	166	10,2	91,2	100,0
	Total	182	11,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1438	88,8		
Total		1620	100,0		

P.6dbfa - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	País Vasco	2	,1	13,3	13,3
	Navarra	1	,1	6,7	20,0
	Andalucía	5	,3	33,3	53,3
	Otros	7	,4	46,7	100,0
	Total	15	,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1605	99,1		
Total		1620	100,0		

P.6dbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	19	1,2	10,4	10,4
	La Leyenda Amarilla	11	,7	6,0	16,5
	La Leyenda Blanca	4	,2	2,2	18,7
	Dictadura franquista	4	,2	2,2	20,9
	Otros	144	8,9	79,1	100,0
	Total	182	11,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1438	88,8		
Total		1620	100,0		

P.6dbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NS/NC	1	,1	,5	,5
	Sí	10	,6	5,5	6,0
	No	171	10,6	94,0	100,0
	Total	182	11,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1438	88,8		
Total		1620	100,0		

P.6dbha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	País Vasco	1	,1	10,0	10,0
	Andalucía	9	,6	90,0	100,0
	Total	10	,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1610	99,4		
Total		1620	100,0		

P.6e - ¿Algún personaje, de forma implícita, sugiere un personaje español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	13	,8	4,9	4,9
	No	254	15,7	95,1	100,0
	Total	267	16,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1353	83,5		
Total		1620	100,0		

P.6ea - El rol del personaje implícitamente español, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Perseguidor	7	,4	53,8	53,8
	Víctima	1	,1	7,7	61,5
	Salvador	3	,2	23,1	84,6
	Circunstancial	2	,1	15,4	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6eaa - El actor que le da vida, es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NS/NC	1	,1	7,7	7,7
	Árabe	1	,1	7,7	15,4
	Europea	7	,4	53,8	69,2
	Estadounidense	3	,2	23,1	92,3
	Otras	1	,1	7,7	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6eaaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	2	,1	28,6	28,6
	Reino Unido	5	,3	71,4	100,0
	Total	7	,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1613	99,6		
Total		1620	100,0		

P.6eab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	12	,7	92,3	92,3
	Mujer	1	,1	7,7	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6eac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NS/NC	1	,1	7,7	7,7
	Sí	8	,5	61,5	69,2
	No	4	,2	30,8	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6ead - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	2	,1	15,4	15,4
	No	11	,7	84,6	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6eae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	13	,8	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6eaf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	10	,6	76,9	76,9
	No	3	,2	23,1	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6eafa - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NS/NC	1	,1	10,0	10,0
	Andalucía	3	,2	30,0	40,0
	Otros	6	,4	60,0	100,0
	Total	10	,6	100,0	
Perdidos	Sistema	1610	99,4		
Total		1620	100,0		

P.6eag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	2	,1	15,4	15,4
	La Leyenda Amarilla	1	,1	7,7	23,1
	Otros	10	,6	76,9	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6eah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	3	,2	23,1	23,1
	No	10	,6	76,9	100,0
	Total	13	,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1607	99,2		
Total		1620	100,0		

P.6eaha - Sugiere la región de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Andalucía	3	,2	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1617	99,8		
Total		1620	100,0		

e) Tablas del análisis de los actores españoles

P.7 - ¿Algún actor español interpreta a un personaje no español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	249	15,4	61,8	61,8
	No	154	9,5	38,2	100,0
	Total	403	24,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1217	75,1		
Total		1620	100,0		

P.7a - ¿Algún perseguidor es interpretado por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	99	6,1	39,8	39,8
	No	150	9,3	60,2	100,0
	Total	249	15,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1371	84,6		
Total		1620	100,0		

P.7aa - El perseguidor principal, ¿es interpretado por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	96	5,9	97,0	97,0
	No	3	,2	3,0	100,0
	Total	99	6,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1521	93,9		
Total		1620	100,0		

P.7aaa - El personaje que interpreta es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	4	,2	4,2	4,2
	Europea	5	,3	5,2	9,4
	Español	87	5,4	90,6	100,0
	Total	96	5,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1524	94,1		
Total		1620	100,0		

P.7aaaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	1	,1	20,0	20,0
	Italia	1	,1	20,0	40,0
	Otros	3	,2	60,0	100,0
	Total	5	,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1615	99,7		
Total		1620	100,0		

P.7aab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	80	4,9	83,3	83,3
	Mujer	16	1,0	16,7	100,0
	Total	96	5,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1524	94,1		
Total		1620	100,0		

P.7aac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	43	2,7	44,8	44,8
	No	53	3,3	55,2	100,0
	Total	96	5,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1524	94,1		
Total		1620	100,0		

P.7aad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	18	1,1	18,8	18,8
	No	78	4,8	81,3	100,0
	Total	96	5,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1524	94,1		
Total		1620	100,0		

P.7aae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	4	,2	4,2	4,2
	No	92	5,7	95,8	100,0
	Total	96	5,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1524	94,1		
Total		1620	100,0		

P.7aaf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	7	,4	7,3	7,3
	No	89	5,5	92,7	100,0
	Total	96	5,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1524	94,1		
Total		1620	100,0		

P.7aag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	8	,5	8,3	8,3
	La Leyenda Amarilla	7	,4	7,3	15,6
	La Leyenda Blanca	3	,2	3,1	18,8
	Otros	78	4,8	81,3	100,0
	Total	96	5,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1524	94,1		
Total		1620	100,0		

P.7aah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	11	,7	11,5	11,5
	No	85	5,2	88,5	100,0
	Total	96	5,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1524	94,1		
Total		1620	100,0		

P.7ab - El persecuidor secundario, ¿es interpretado por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	44	2,7	44,4	44,4
	No	55	3,4	55,6	100,0
	Total	99	6,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1521	93,9		
Total		1620	100,0		

P.7aba - El personaje que interpreta es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	2	,1	4,5	4,5
	Árabe	1	,1	2,3	6,8
	Europea	6	,4	13,6	20,5
	Español	35	2,2	79,5	100,0
	Total	44	2,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1576	97,3		
Total		1620	100,0		

P.7abaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	1	,1	16,7	16,7
	Reino Unido	1	,1	16,7	33,3
	Italia	1	,1	16,7	50,0
	Otros	3	,2	50,0	100,0
	Total	6	,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1614	99,6		
Total		1620	100,0		

P.7abb - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	32	2,0	72,7	72,7
	Mujer	12	,7	27,3	100,0
	Total	44	2,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1576	97,3		
Total		1620	100,0		

P.7abc - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	18	1,1	40,9	40,9
	No	26	1,6	59,1	100,0
	Total	44	2,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1576	97,3		
Total		1620	100,0		

P.7abd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	,6	20,5	20,5
	No	35	2,2	79,5	100,0
	Total	44	2,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1576	97,3		
Total		1620	100,0		

P.7abe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,1	2,3	2,3
	No	43	2,7	97,7	100,0
	Total	44	2,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1576	97,3		
Total		1620	100,0		

P.7abf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	3	,2	6,8	6,8
	No	41	2,5	93,2	100,0
	Total	44	2,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1576	97,3		
Total		1620	100,0		

P.7abh - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	3	,2	6,8	6,8
	La Leyenda Amarilla	4	,2	9,1	15,9
	La Leyenda Blanca	1	,1	2,3	18,2
	Otros	36	2,2	81,8	100,0
	Total	44	2,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1576	97,3		
Total		1620	100,0		

P.7abg - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	4	,2	9,1	9,1
	No	40	2,5	90,9	100,0
	Total	44	2,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1576	97,3		
Total		1620	100,0		

P.7b - ¿Algún salvador es interpretado por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	170	10,5	68,3	68,3
	No	79	4,9	31,7	100,0
	Total	249	15,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1371	84,6		
Total		1620	100,0		

P.7ba - El salvador principal, ¿es interpretado por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	168	10,4	98,8	98,8
	No	2	,1	1,2	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.7baa - El personaje que interpreta es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	6	,4	3,6	3,6
	Árabe	3	,2	1,8	5,4
	Europea	3	,2	1,8	7,1
	Español	156	9,6	92,9	100,0
	Total	168	10,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1452	89,6		
Total		1620	100,0		

P.7baaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	1	,1	33,3	33,3
	Italia	2	,1	66,7	100,0
	Total	3	,2	100,0	
Perdidos	Sistema	1617	99,8		
Total		1620	100,0		

P.7bab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	139	8,6	82,7	82,7
	Mujer	29	1,8	17,3	100,0
	Total	168	10,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1452	89,6		
Total		1620	100,0		

P.7bac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	162	10,0	96,4	96,4
	No	6	,4	3,6	100,0
	Total	168	10,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1452	89,6		
Total		1620	100,0		

P.7bad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	3	,2	1,8	1,8
	No	165	10,2	98,2	100,0
	Total	168	10,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1452	89,6		
Total		1620	100,0		

P.7bae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	5	,3	3,0	3,0
	No	163	10,1	97,0	100,0
	Total	168	10,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1452	89,6		
Total		1620	100,0		

P.7baf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	10	,6	6,0	6,0
	No	158	9,8	94,0	100,0
	Total	168	10,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1452	89,6		
Total		1620	100,0		

P.7bag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	11	,7	6,5	6,5
	La Leyenda Amarilla	9	,6	5,4	11,9
	La Leyenda Blanca	5	,3	3,0	14,9
	Dictadura franquista	2	,1	1,2	16,1
	Otros	141	8,7	83,9	100,0
	Total	168	10,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1452	89,6		
Total		1620	100,0		

P.7bah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	8	,5	4,8	4,8
	No	160	9,9	95,2	100,0
	Total	168	10,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1452	89,6		
Total		1620	100,0		

P.7bb - El salvador secundario, ¿es interpretado por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	79	4,9	46,5	46,5
	No	91	5,6	53,5	100,0
	Total	170	10,5	100,0	
Perdidos	Sistema	1450	89,5		
Total		1620	100,0		

P.7bba - El salvador principal, ¿es interpretado por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	3	,2	3,8	3,8
	Árabe	2	,1	2,5	6,3
	Europea	2	,1	2,5	8,9
	Español	72	4,4	91,1	100,0
	Total	79	4,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1541	95,1		
Total		1620	100,0		

P.7bbaa - El personaje que interpreta es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Italia	2	,1	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1618	99,9		
Total		1620	100,0		

P.7bbb - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	59	3,6	74,7	74,7
	Mujer	20	1,2	25,3	100,0
	Total	79	4,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1541	95,1		
Total		1620	100,0		

P.7bbc - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	77	4,8	97,5	97,5
	No	2	,1	2,5	100,0
	Total	79	4,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1541	95,1		
Total		1620	100,0		

P.7bbd - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	6	,4	7,6	7,6
	No	73	4,5	92,4	100,0
	Total	79	4,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1541	95,1		
Total		1620	100,0		

P.7bbe - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	79	4,9	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1541	95,1		
Total		1620	100,0		

P.7bbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	5	,3	6,3	6,3
	No	74	4,6	93,7	100,0
	Total	79	4,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1541	95,1		
Total		1620	100,0		

P.7bbg - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	2	,1	2,5	2,5
	La Leyenda Amarilla	6	,4	7,6	10,1
	Dictadura franquista	2	,1	2,5	12,7
	Otros	69	4,3	87,3	100,0
	Total	79	4,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1541	95,1		
Total		1620	100,0		

P.7bbh - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	,6	11,4	11,4
	No	70	4,3	88,6	100,0
	Total	79	4,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1541	95,1		
Total		1620	100,0		

P.7c - ¿Alguna víctima es interpretada por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	184	11,4	73,9	73,9
	No	65	4,0	26,1	100,0
	Total	249	15,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1371	84,6		
Total		1620	100,0		

P.7ca - La víctima principal, ¿es interpretada por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	179	11,0	96,8	96,8
	No	6	,4	3,2	100,0
	Total	185	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1435	88,6		
Total		1620	100,0		

P.7cab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	98	6,0	54,7	54,7
	Mujer	80	4,9	44,7	99,4
	5	1	,1	,6	100,0
	Total	179	11,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1441	89,0		
Total		1620	100,0		

P.7cac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	160	9,9	89,4	89,4
	No	19	1,2	10,6	100,0
	Total	179	11,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1441	89,0		
Total		1620	100,0		

P.7cad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	12	,7	6,7	6,7
	No	167	10,3	93,3	100,0
	Total	179	11,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1441	89,0		
Total		1620	100,0		

P.7cae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	179	11,0	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1441	89,0		
Total		1620	100,0		

P.7caf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	6	,4	3,4	3,4
	No	173	10,7	96,6	100,0
	Total	179	11,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1441	89,0		
Total		1620	100,0		

P.7cag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	10	,6	5,6	5,6
	La Leyenda Amarilla	9	,6	5,0	10,6
	La Leyenda Blanca	3	,2	1,7	12,3
	Dictadura franquista	4	,2	2,2	14,5
	Otros	153	9,4	85,5	100,0
	Total	179	11,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1441	89,0		
Total		1620	100,0		

P.7cah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	10	,6	5,6	5,6
	No	169	10,4	94,4	100,0
	Total	179	11,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1441	89,0		
Total		1620	100,0		

P.7cb - La víctima secundaria, ¿es interpretada por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	129	8,0	69,7	69,7
	No	56	3,5	30,3	100,0
	Total	185	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1435	88,6		
Total		1620	100,0		

P.7cba - El personaje que interpreta es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Árabe	1	,1	,8	,8
	Europea	1	,1	,8	1,6
	Español	127	7,8	98,4	100,0
	Total	129	8,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1491	92,0		
Total		1620	100,0		

P.7cbaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Reino Unido	1	,1	100,0	100,0
Perdidos	Sistema	1619	99,9		
Total		1620	100,0		

P.7cbb - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	70	4,3	54,3	54,3
	Mujer	59	3,6	45,7	100,0
	Total	129	8,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1491	92,0		
Total		1620	100,0		

P.7cbc - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	116	7,2	89,9	89,9
	No	13	,8	10,1	100,0
	Total	129	8,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1491	92,0		
Total		1620	100,0		

P.7cdb - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	6	,4	4,7	4,7
	No	123	7,6	95,3	100,0
	Total	129	8,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1491	92,0		
Total		1620	100,0		

P.7cbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,1	,8	,8
	No	128	7,9	99,2	100,0
	Total	129	8,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1491	92,0		
Total		1620	100,0		

P.7cbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	5	,3	3,9	3,9
	No	124	7,7	96,1	100,0
	Total	129	8,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1491	92,0		
Total		1620	100,0		

P.7cbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	6	,4	4,7	4,7
	La Leyenda Amarilla	6	,4	4,7	9,3
	La Leyenda Blanca	1	,1	,8	10,1
	Otros	116	7,2	89,9	100,0
	Total	129	8,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1491	92,0		
Total		1620	100,0		

P.7cbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	,6	7,0	7,0
	No	120	7,4	93,0	100,0
	Total	129	8,0	100,0	
Perdidos	Sistema	1491	92,0		
Total		1620	100,0		

P.7d - ¿Algún personaje circunstancial es interpretado por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	200	12,3	80,0	80,0
	No	50	3,1	20,0	100,0
	Total	250	15,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1370	84,6		
Total		1620	100,0		

P.7da - Algún personaje circunstancial, ¿es interpretado por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	196	12,1	98,0	98,0
	No	4	,2	2,0	100,0
	Total	200	12,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1420	87,7		
Total		1620	100,0		

P.7daa - El personaje que interpreta es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Iberoamericana	7	,4	3,6	3,6
	Árabe	1	,1	,5	4,1
	Europea	5	,3	2,6	6,6
	Español	181	11,2	92,3	99,0
	Otras	2	,1	1,0	100,0
	Total	196	12,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1424	87,9		
Total		1620	100,0		

P.7daaa - País:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Francia	1	,1	20,0	20,0
	Reino Unido	1	,1	20,0	40,0
	Italia	1	,1	20,0	60,0
	Otros	2	,1	40,0	100,0
	Total	5	,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1615	99,7		
Total		1620	100,0		

P.7dab - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	131	8,1	66,8	66,8
	Mujer	65	4,0	33,2	100,0
	Total	196	12,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1424	87,9		
Total		1620	100,0		

P.7dac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	177	10,9	90,3	90,3
	No	19	1,2	9,7	100,0
	Total	196	12,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1424	87,9		
Total		1620	100,0		

P.7dad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	,6	4,6	4,6
	No	187	11,5	95,4	100,0
	Total	196	12,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1424	87,9		
Total		1620	100,0		

P.7dae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	4	,2	2,0	2,0
	No	192	11,9	98,0	100,0
	Total	196	12,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1424	87,9		
Total		1620	100,0		

P.7daf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	14	,9	7,1	7,1
	No	182	11,2	92,9	100,0
	Total	196	12,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1424	87,9		
Total		1620	100,0		

P.7dag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	14	,9	7,1	7,1
	La Leyenda Amarilla	11	,7	5,6	12,8
	La Leyenda Blanca	4	,2	2,0	14,8
	Dictadura franquista	3	,2	1,5	16,3
	Otros	164	10,1	83,7	100,0
	Total	196	12,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1424	87,9		
Total		1620	100,0		

P.7dah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	15	,9	7,7	7,7
	No	181	11,2	92,3	100,0
	Total	196	12,1	100,0	
Perdidos	Sistema	1424	87,9		
Total		1620	100,0		

P.7db - ¿Algún otro personaje circunstancial es interpretado por un actor español?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	174	10,7	87,0	87,0
	No	26	1,6	13,0	100,0
	Total	200	12,3	100,0	
Perdidos	Sistema	1420	87,7		
Total		1620	100,0		

P.7dba - El personaje que interpreta es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Estadounidense	1	,1	,6	,6
	Español	173	10,7	99,4	100,0
	Total	174	10,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1446	89,3		
Total		1620	100,0		

P.7dbb - El personaje es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	86	5,3	49,4	49,4
	Mujer	88	5,4	50,6	100,0
	Total	174	10,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1446	89,3		
Total		1620	100,0		

P.7dbc - El personaje, ¿consigue sus objetivos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	166	10,2	95,4	95,4
	No	7	,4	4,0	99,4
	11	1	,1	,6	100,0
	Total	174	10,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1446	89,3		
Total		1620	100,0		

P.7dbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	6	,4	3,4	3,4
	No	168	10,4	96,6	100,0
	Total	174	10,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1446	89,3		
Total		1620	100,0		

P.7dbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	1	,1	,6	,6
	No	173	10,7	99,4	100,0
	Total	174	10,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1446	89,3		
Total		1620	100,0		

P.7dbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	6	,4	3,4	3,4
	No	168	10,4	96,6	100,0
	Total	174	10,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1446	89,3		
Total		1620	100,0		

P.7dbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	La Leyenda Negra	11	,7	6,3	6,3
	La Leyenda Amarilla	8	,5	4,6	10,9
	La Leyenda Blanca	4	,2	2,3	13,2
	Dictadura franquista	1	,1	,6	13,8
	Otros	150	9,3	86,2	100,0
	Total	174	10,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1446	89,3		
Total		1620	100,0		

P.7dbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	8	,5	4,6	4,6
	No	166	10,2	95,4	100,0
	Total	174	10,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1446	89,3		
Total		1620	100,0		

10.1.2 Tablas de contingencias

a) Tablas de contingencias del análisis de la imagen-país

Tabla de contingencia

Recuento		P.1b - El género principal de la película es:									Total
		Comedia	Drama	Cine de acción, aventura o CCFF	Cine de suspense, thriller o terror	Cine de animación	Documental	Cine bélico	Histórico-Peplum	Del Oeste	
P.1a - ¿La película es española?:	Sí	58	43	6	34	3	4	9	46	2	205
	No	26	21	35	36	4	2	10	54	10	198
Total		84	64	41	70	7	6	19	100	12	403

Tabla de contingencia P.2 - ¿España es tratada en la película? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2 - ¿España es tratada en la película?	Sí	193	144	337
	No	12	54	66
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.2a - ¿Aparece como un escenario en el que contar una historia? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2a - ¿Aparece como un escenario en el que contar una historia?	Sí	187	40	227
	No	18	158	176
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.2aa - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2aa - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	18	13	31
	La Leyenda Amarilla	12	14	26
	La Leyenda Blanca	4	7	11
	Dictadura franquista	8	4	12
	Otros	145	2	147
Total		187	40	227

Tabla de contingencia

Recuento

		P.1c - En caso de existir, el género secundario del largometraje es:									Total
		Comedia	Drama	Cine de acción, aventura o CCFF	Cine de suspense, thriller o terror	Cine bélico	Histórico-Peplum	Del Oeste	Musical	Otros	
P.1a - ¿La película es española?:	Sí	10	95	22	55	2	2	0	3	16	205
	No	12	77	56	47	1	2	3	0	0	198
Total		22	172	78	102	3	4	3	3	16	403

Tabla de contingencia P.2ab - Principalmente, ¿se relaciona con alguna otra potencia? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2ab - Principalmente, ¿se relaciona con alguna otra potencia?	Sí	23	29	52
	No	176	154	330
Total		199	183	382

Tabla de contingencia P.2aba - Principalmente, ¿con qué región? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2aba - Principalmente, ¿con qué región?	Iberoamericana	1	5	6
	Árabe	4	2	6
	Europea	15	14	29
	Estadounidense	1	8	9
	Otras regiones	1	0	1
	Varios	1	0	1
Total		23	29	52

Tabla de contingencia P.2abaa - ¿País? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2abaa - ¿País?	Francia	3	5	8
	Reino Unido	5	2	7
	Italia	1	2	3
	Otros	6	5	11
Total		15	14	29

Tabla de contingencia P.2ac - Su papel, sugiere el rol de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2ac - Su papel, sugiere el rol de:	Potencia perseguidora	4	12	16
	Potencia salvadora	0	1	1
	Potencia víctima	7	11	18
	Otros	176	16	192
Total		187	40	227

Tabla de contingencia P.2ad - Su aparición en el largometraje aparece como parte de una trama: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2ad - Su aparición en el largometraje aparece como parte de una trama:	Principal	183	16	199
	Secundaria	4	11	15
	Circunstancial	0	13	13
Total		187	40	227

Tabla de contingencia P.2ae - ¿Consigue sus objetivos?: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2ae - ¿Consigue sus objetivos?:	Sí	0	2	2
	No	2	12	14
	Otros	185	26	211
Total		187	40	227

Tabla de contingencia P.2b - ¿Aparece como un sujeto internacional? *
P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2b - ¿Aparece como un sujeto internacional?	Sí	29	37	66
	No	176	161	337
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.2ba - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2ba - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	10	19	29
	La Leyenda Amarilla	2	1	3
	La Leyenda Blanca	2	3	5
	Dictadura franquista	2	4	6
	Otros	13	8	21
Total		29	35	64

Tabla de contingencia P.2bb - Principalmente, ¿se relaciona con alguna otra potencia? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2bb - Principalmente, ¿se relaciona con alguna otra potencia?	Sí	10	26	36
	No	19	14	33
Total		29	40	69

Tabla de contingencia P.2bba - Principalmente, ¿con qué región? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2bba - Principalmente, ¿con qué región?	Iberoamericana	1	8	9
	Árabe	2	0	2
	Europea	7	9	16
	Estadounidense	0	7	7
	Varios	0	2	2
Total		10	26	36

Tabla de contingencia P.2bbaa - ¿País? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2bbaa - ¿País?	Francia	1	3	4
	Reino Unido	2	1	3
	Alemania	0	1	1
	Italia	1	1	2
	Otros	3	3	6
	Varios	0	1	1
Total		7	10	17

Tabla de contingencia P.2bc - Su papel, sugiere el rol de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2bc - Su papel, sugiere el rol de:	Potencia perseguidora	6	14	20
	Potencia salvadora	1	2	3
	Potencia víctima	9	9	18
	Otros	13	10	23
Total		29	35	64

Tabla de contingencia P.2bd - Su aparición en el largometraje aparece como parte de una trama: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2bd - Su aparición en el largometraje aparece como parte de una trama:	Principal	24	8	32
	Secundaria	5	5	10
	Circunstancial	0	20	20
	Varias	0	1	1
Total		29	34	63

Tabla de contingencia P.2be - ¿Consigue sus objetivos?: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2be - ¿Consigue sus objetivos?:	NS/NC	0	2	2
	Sí	5	2	7
	No	2	14	16
	Otros	22	22	44
Total		29	40	69

Tabla de contingencia P.2c - ¿Aparece a través de un símbolo de identidad? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2c - ¿Aparece a través de un símbolo de identidad?	Sí	187	48	235
	No	18	150	168
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.2d - ¿Aparece a través de una mención a una región? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2d - ¿Aparece a través de una mención a una región?	Sí	184	57	241
	No	21	141	162
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.2da - Cuál? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2da	Asturias	4	0	4
-	País Vasco	7	4	11
Cuál?	Navarra	2	1	3
	Aragón	1	0	1
	Cataluña	7	9	16
	Valencia	3	0	3
	Baleares	2	4	6
	Andalucía	20	9	29
	Ceuta y Melilla	1	0	1
	Canarias	0	1	1
	Castilla y León	14	4	18
	La Rioja	1	0	1
	Castilla-La Mancha	8	2	10
	Madrid	107	11	118
	Gibraltar	0	3	3
	Plazas de soberanía	0	3	3
	Otros	4	2	6
	Varias	3	4	7
Total		184	57	241

Tabla de contingencia P.2e - ¿Aparece a través de una mención a un ciudadano? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.2e - ¿Aparece a través	Sí	188	78	266
de una mención a un	No	16	120	136
ciudadano?	7	1	0	1
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.3 - ¿Los outputs e inputs españoles son tratados en la película? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3 - ¿Los outputs e inputs españoles son tratados en la película?	Sí	193	116	309
	No	12	82	94
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.3a - Su rol se refiere a: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3a - Su rol se refiere a:	Inputs	0	11	11
	Outputs	193	105	298
Total		193	116	309

Tabla de contingencia P.3aa - Tipo: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.3aa - Tipo:	Turismo	4	4
	Inversión extranjera	4	4
	Importación de ByS	3	3
Total		11	11

Tabla de contingencia P.3aaa - Tipo: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.3aaa - Tipo:	Sol y playa	1	1
	Cultural, deportivo o de conciertos	3	3
Total		4	4

Tabla de contingencia P.3ab - Tipo: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3ab	Cultura	188	60	248
- Tipo:	Exportación ByS	0	12	12
	Emigración	2	13	15
	Turismo español	2	11	13
	Inversión española	0	3	3
	Varios	0	3	3
	Otros	1	3	4
Total		193	105	298

Tabla de contingencia P.3abb - Se refiere a: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3abb	Una obra	0	1	1
- Se	Un personaje	4	1	5
refiere	Un autor	0	12	12
a:	Varios	0	4	4
	Otros	0	1	1
Total		4	19	23

Tabla de contingencia P.3abc - Tipo: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.	Sol y playa	2	4	6
3abc -	Verde, agrario y rural	0	1	1
Tipo:	Cultural, deportivo o de conciertos	0	2	2
	Negocios, reuniones o congresos	0	2	2
	Exclusivo o de lujo	0	2	2
Total		2	11	13

Tabla de contingencia P.3b - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3b - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	16	37	53
	La Leyenda Amarilla	12	30	42
	La Leyenda Blanca	6	29	35
	Dictadura franquista	9	4	13
	Otros	150	16	166
Total		193	116	309

Tabla de contingencia P.3c - ¿Existe alguna región relacionada? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3c - ¿Existe alguna región relacionada?	Sí	184	59	243
	No	9	57	66
Total		193	116	309

Tabla de contingencia P.3ca - ¿Región?: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3ca - ¿Región?:	Asturias	4	1	5
	País Vasco	7	6	13
	Navarra	2	3	5
	Aragón	1	0	1
	Cataluña	7	3	10
	Valencia	3	0	3
	Baleares	1	4	5
	Andalucía	20	18	38
	Ceuta y Melilla	1	0	1
	Canarias	0	1	1
	Castilla y León	14	4	18
	La Rioja	1	0	1
	Castilla-La Mancha	8	1	9
	Madrid	108	10	118
	Plazas de soberanía	0	3	3
	Otros	4	1	5
	Varias	3	4	7
Total		184	59	243

Tabla de contingencia P.3d - Principalmente, ¿se relacionan con algún país? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3d - Principalmente, ¿se relacionan con algún país?	Sí	20	69	89
	No	173	47	220
Total		193	116	309

Tabla de contingencia P.3da - ¿Principalmente, ¿con qué región? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3da - ¿Principalmente, ¿con qué región?	Iberoamericana	2	14	16
	Árabe	3	2	5
	Europea	14	28	42
	Estadounidense	1	24	25
	Otras regiones	0	1	1
Total		20	69	89

Tabla de contingencia P.3daa - ¿País? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3daa - ¿País?	Francia	2	11	13
	Reino Unido	4	6	10
	Italia	1	2	3
	Otros	7	9	16
Total		14	28	42

Tabla de contingencia P.3e El rol de esos outputs e inputs es: *
P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3e El rol de esos outputs e inputs es:	Positivo	10	34	44
	Negativo	23	40	63
	Neutro	160	42	202
Total		193	116	309

Tabla de contingencia P.3f Su aparición en el largometraje aparece de forma: *
P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.3f Su aparición en el largometraje aparece de forma:	Principal	189	19	208
	Secundaria	4	22	26
	Circunstancial	0	75	75
Total		193	116	309

b) Tablas de contingencias del análisis del tiempo

Tabla de contingencia P.4 El tiempo de la trama de la película, ¿es lineal? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.4 El tiempo de la trama de la película, ¿es lineal?	Sí	203	185	388
	No	2	13	15
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.4a - La alteración cronológica se produce por: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.4a - La alteración cronológica se produce por:	Prolepsis/ Flashforward	0	1	1
	Paréntesis / Tiempo paralelo	0	4	4
	Analepsis/Flashback/ Racconto	2	8	10
Total		2	13	15

Tabla de contingencia P.4b - ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama principal de la película? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.4b - ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama principal de la película?	En el pasado	2	8	10
	En nuestros días (2000-2009)	0	5	5
Total		2	13	15

Tabla de contingencia P.4c - ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama secundaria de la película? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.4c - ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama secundaria de la película?	En el pasado	0	9	9
	En nuestros días (2000-2009)	2	4	6
Total		2	13	15

Tabla de contingencia P.4ba -Periodo: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.4ba -Periodo:	En la edad antigua, época prerromana	0	1	1
	En la edad moderna, S. XVI	0	3	3
	En la edad contemporánea, S. XVIII	0	1	1
	En la edad contemporánea, primer tercio del S. XX	1	1	2
	En la edad contemporánea, segundo tercio del S. XX	1	0	1
	En un pasado fantástico	0	2	2
Total		2	8	10

Tabla de contingencia P.4d - ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama única de la película? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.4d - ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama única de la película?	En el pasado	144	121	265
	En nuestros días (2000-2009)	58	63	121
	En el futuro	1	1	2
Total		203	185	388

Tabla de contingencia P.4db - Periodo: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.4db - Periodo:	En un futuro inmediato (2010-2015)	0	1	1
	En un futuro próximo (2015-2030)	1	0	1
Total		1	1	2

Tabla de contingencia P.4da - Periodo: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.4da - Periodo:	En la prehistoria	0	1	1
	En la edad antigua, época prerromana	1	0	1
	En la edad antigua, época romana	1	7	8
	En la edad media, alta edad media	0	3	3
	En la edad media, baja edad media	7	2	9
	En la edad moderna, S. XVI	12	10	22
	En la edad moderna, S. XVII	9	11	20
	En la edad contemporánea, S. XVIII	1	2	3
	En la edad contemporánea, primera mitad del S. XIX	11	5	16
	En la edad contemporánea, segunda mitad del S. XIX	8	22	30
	En la edad contemporánea, primer tercio del S. XX	9	9	18
	En la edad contemporánea, segundo tercio del S. XX	16	20	36
	En la edad contemporánea, tercer tercio del S. XX	69	27	96
	En un pasado fantástico	0	2	2
Total		144	121	265

c) Tablas de contingencias del análisis del espacio

Tabla de contingencia P.5 - ¿La trama de la película se desarrolla en España? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.5 - ¿La trama de la película se desarrolla en España?	Sí	186	43	229
	No	19	155	174
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.5a - Su presencia, se desarrolla en una trama: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.5a - Su presencia, se desarrolla en una trama:	Principal	184	14	198
	Secundaria	2	16	18
	Circunstancial	0	13	13
Total		186	43	229

Tabla de contingencia P.5b -Se desarrolla la trama de la película, en exclusiva, en suelo español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.5b -Se desarrolla la trama de la película, en exclusiva, en suelo español?	Sí	184	11	195
	No	2	32	34
Total		186	43	229

Tabla de contingencia P.5ba - La otra región principal es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.5ba - La otra región principal es:	Iberoamericana	0	5	5
	Árabe	1	1	2
	Europea	1	13	14
	Estadounidense	0	7	7
	Varios	0	6	6
Total		2	32	34

Tabla de contingencia P.5baa - ¿País?: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.5baa - ¿País?:	Francia	0	7	7
	Reino Unido	0	1	1
	Italia	0	1	1
	Otros	1	3	4
	Varios	0	1	1
Total		1	13	14

Tabla de contingencia P.5c - España, es mostrada con un cariz: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.5c - España, es mostrada con un cariz:	Positivo	9	13	22
	Negativo	13	21	34
	Neutro	5	7	12
	Otros	159	2	161
Total		186	43	229

Tabla de contingencia P.5d -La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.5d -La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	14	12	26
	La Leyenda Amarilla	7	14	21
	La Leyenda Blanca	7	8	15
	Dictadura franquista	8	4	12
	Otros	150	5	155
Total		186	43	229

Tabla de contingencia P.5e - Principalmente, ¿en qué parte de España se desarrolla la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.5e - Principalmente, ¿en qué parte de España se desarrolla la trama?	En colonias españolas	0	1	1
	A bordo de naves o aeronaves españolas	0	2	2
	En la Madre Patria pretérita (península, archipiélagos y plazas de soberanía)	15	12	27
	En la Madre Patria presente (península, archipiélagos y plazas de soberanía)	171	28	199
Total		186	43	229

Tabla de contingencia P.5ea - ¿En qué parte de España se desarrolla la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.5ea - ¿En qué parte de España se desarrolla la trama?	En las provincias de la España grecorromana	0	1	1
	En la Corona de Castilla	8	3	11
	En la Corona de Aragón	0	1	1
	En la España Imperial de los Austria	5	2	7
	En la España Imperial de los Borbón	2	5	7
Total		15	12	27

Tabla de contingencia P.5eb - ¿En qué parte de España se desarrolla la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.5eb - ¿En qué parte de España se desarrolla la trama?	Asturias	4	0	4
	País Vasco	7	3	10
	Navarra	2	2	4
	Cataluña	7	3	10
	Valencia	3	0	3
	Baleares	2	1	3
	Andalucía	20	3	23
	Ceuta y Melilla	1	0	1
	Castilla y León	8	1	9
	Castilla-La Mancha	5	1	6
	Madrid	106	10	116
	Gibraltar	0	1	1
	Otros	4	0	4
	Varias	2	3	5
Total		171	28	199

d) Tablas de contingencias del análisis de los personajes

Tabla de contingencia P.6 - ¿Alguno de los personajes interpreta a un ciudadano español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6 - ¿Alguno de los personajes interpreta a un ciudadano español?	Sí	194	74	268
	No	11	124	135
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.6a - ¿Algún perseguidor es español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6a - ¿Algún perseguidor es español?	Sí	90	21	111
	No	104	53	157
Total		194	74	268

Tabla de contingencia P.6aa - El perseguidor principal, ¿es español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aa - El perseguidor principal, ¿es español?	Sí	89	15	104
	No	1	6	7
Total		90	21	111

Tabla de contingencia P.6aaa - El actor que le da vida, es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aaa - El actor que le da vida, es:	Iberoamericana	0	2	2
	Árabe	0	1	1
	Europea	4	6	10
	Estadounidense	0	4	4
	Español	85	2	87
Total		89	15	104

Tabla de contingencia P.6aaaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aaaa	Francia	1	1	2
- País:	Reino Unido	1	3	4
	Alemania	0	1	1
	Italia	2	1	3
Total		4	6	10

Tabla de contingencia P.6aab - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aab - El personaje	Hombre	73	15	88
es:	Mujer	16	0	16
Total		89	15	104

Tabla de contingencia P.6aac - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aac - El personaje,	Sí	15	2	17
¿consigue sus objetivos?	No	74	13	87
Total		89	15	104

Tabla de contingencia P.6aad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aad - El	Sí	15	1	16
personaje, ¿muere a	No	74	14	88
lo largo de la trama?				
Total		89	15	104

Tabla de contingencia P.6aae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	5	5
	No	89	10	99
Total		89	15	104

Tabla de contingencia P.6aaf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aaf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	5	9	14
	No	84	6	90
Total		89	15	104

Tabla de contingencia P.6aafa - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aafa - Sugiere la región de:	Andalucía	5	0	5
	Otros	0	9	9
Total		5	9	14

Tabla de contingencia P.6aag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	9	11	20
	La Leyenda Amarilla	6	0	6
	La Leyenda Blanca	2	1	3
	Dictadura franquista	0	1	1
	Otros	72	2	74
Total		89	15	104

Tabla de contingencia P.6aah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	7	1	8
	No	82	14	96
Total		89	15	104

Tabla de contingencia P.6aaha - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aaha - Sugiere la región de:	Andalucía	7	0	7
	Otros	0	1	1
Total		7	1	8

Tabla de contingencia P.6ab - El persecuidor secundario, ¿es español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6ab - El persecuidor secundario, ¿es español?	Sí	36	14	50
	No	54	7	61
Total		90	21	111

Tabla de contingencia P.6aba - El actor que le da vida, es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6aba - El actor que le da vida, es:	Iberoamericana	0	5	5
	Europea	3	6	9
	Estadounidense	0	2	2
	Español	33	1	34
Total		36	14	50

Tabla de contingencia P.6abaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6abaa	Francia	1	0	1
- País:	Reino Unido	0	4	4
	Alemania	0	1	1
	Italia	2	1	3
Total		3	6	9

Tabla de contingencia P.6abb - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6abb - El personaje	Hombre	24	12	36
es:	Mujer	12	2	14
Total		36	14	50

Tabla de contingencia P.6abc - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6abc - El personaje,	Sí	3	4	7
¿consigue sus objetivos?	No	33	10	43
Total		36	14	50

Tabla de contingencia P.6abd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6abd - El	Sí	5	6	11
personaje, ¿muere a	No	31	8	39
lo largo de la trama?				
Total		36	14	50

Tabla de contingencia P.6abe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6abe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	9	9
	No	36	5	41
Total		36	14	50

Tabla de contingencia P.6abf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6abf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	4	9	13
	No	32	5	37
Total		36	14	50

Tabla de contingencia P.6abfa - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6abfa - Sugiere la región de:	Asturias	1	0	1
	Andalucía	3	0	3
	Otros	0	9	9
Total		4	9	13

Tabla de contingencia P.6abg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6abg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	7	11	18
	La Leyenda Amarilla	4	1	5
	La Leyenda Blanca	0	1	1
	Otros	25	1	26
Total		36	14	50

Tabla de contingencia P.6abh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6abh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	4	0	4
	No	32	14	46
Total		36	14	50

Tabla de contingencia P.6abha - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		Sí	
P.6abha - Sugiere la región de:	Andalucía	4	4
Total		4	4

Tabla de contingencia P.6b - ¿Algún salvador es español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6b - ¿Algún salvador es español?	Sí	157	15	172
	No	37	59	96
Total		194	74	268

Tabla de contingencia P.6ba - El salvador principal, ¿es español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6ba - El salvador principal, ¿es español?	Sí	156	14	170
	No	1	1	2
Total		157	15	172

Tabla de contingencia P.6bba - El actor que le da vida, es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bba - El actor que le da vida, es:	Europea	1	2	3
	Estadounidense	0	7	7
	Español	155	5	160
Total		156	14	170

Tabla de contingencia P.6baaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6baaa - País:	Reino Unido	0	1	1
	Italia	1	1	2
Total		1	2	3

Tabla de contingencia P.6bab - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bab - El personaje es:	Hombre	129	13	142
	Mujer	27	1	28
Total		156	14	170

Tabla de contingencia P.6bac - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	150	9	159
	No	6	5	11
Total		156	14	170

Tabla de contingencia P.6bad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	7	5	12
	No	149	9	158
Total		156	14	170

Tabla de contingencia P.6baf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6baf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	3	6	9
	No	153	8	161
Total		156	14	170

Tabla de contingencia P.6bafa - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bafa - Sugiere la región de:	País Vasco	0	1	1
	Andalucía	3	0	3
	Otros	0	5	5
Total		3	6	9

Tabla de contingencia P.6bae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	2	2
	No	156	12	168
Total		156	14	170

Tabla de contingencia P.6bag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	11	5	16
	La Leyenda Amarilla	7	2	9
	La Leyenda Blanca	2	2	4
	Dictadura franquista	2	3	5
	Otros	134	2	136
Total		156	14	170

Tabla de contingencia P.6bah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	8	0	8
	No	148	14	162
Total		156	14	170

Tabla de contingencia P.6baha - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		Sí	
P.6baha - Sugiere la región de:	Andalucía	8	8
Total		8	8

Tabla de contingencia P.6bb - El salvador secundario, ¿es español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bb - El salvador secundario, ¿es español?	Sí	80	6	86
	No	77	9	86
Total		157	15	172

Tabla de contingencia P.6bba - El actor que le da vida, es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bba - El actor que le da vida, es:	Iberoamericana	3	0	3
	Europea	3	3	6
	Estadounidense	0	2	2
	Español	74	1	75
Total		80	6	86

Tabla de contingencia P.6bbaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bbaa - País:	Reino Unido	0	1	1
	Italia	3	2	5
Total		3	3	6

Tabla de contingencia P.6bbb - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bbb - El personaje es:	Hombre	59	5	64
	Mujer	21	1	22
Total		80	6	86

Tabla de contingencia P.6bbd - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bbd - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	75	3	78
	No	5	3	8
Total		80	6	86

Tabla de contingencia P.6bbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	2	1	3
	No	78	5	83
Total		80	6	86

Tabla de contingencia P.6bbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	2	2
	No	80	4	84
Total		80	6	86

Tabla de contingencia P.6bbf- El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bbf- El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	4	3	7
	No	76	3	79
Total		80	6	86

Tabla de contingencia P.6bbfa - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bbfa - Sugiere la región de:	Andalucía	4	0	4
	Otros	0	3	3
Total		4	3	7

Tabla de contingencia P.6bbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	3	3	6
	La Leyenda Amarilla	5	2	7
	Dictadura franquista	2	0	2
	Otros	70	1	71
Total		80	6	86

Tabla de contingencia P.6bbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	8	1	9
	No	72	5	77
Total		80	6	86

Tabla de contingencia P.6bbha - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6bbha - Sugiere la región de:	Andalucía	8	0	8
	Otros	0	1	1
Total		8	1	9

Tabla de contingencia P.6c - ¿Alguna víctima es española? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6c - ¿Alguna víctima es española?	Sí	172	13	185
	No	22	61	83
Total		194	74	268

Tabla de contingencia P.6ca - La víctima principal, ¿es española? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6ca - La víctima principal, ¿es española?	Sí	172	13	185
	No	22	61	83
Total		194	74	268

Tabla de contingencia P.6caa - El actor que le da vida, es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6caa - El actor que le da vida, es:	Iberoamericana	0	2	2
	Europea	4	4	8
	Estadounidense	0	4	4
	Español	168	3	171
Total		172	13	185

Tabla de contingencia P.6caaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6caaa - País:	Reino Unido	0	3	3
	Alemania	1	0	1
	Italia	3	1	4
Total		4	4	8

Tabla de contingencia P.6cab - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cab - El personaje es:	Hombre	96	2	98
	Mujer	76	11	87
Total		172	13	185

Tabla de contingencia P.6cac - El personaje, ¿consigue sus objetivos? *
P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	159	7	166
	No	13	6	19
Total		172	13	185

Tabla de contingencia P.6cad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	13	3	16
	No	159	10	169
Total		172	13	185

Tabla de contingencia P.6cae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	5	5
	No	172	8	180
Total		172	13	185

Tabla de contingencia P.6caf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6caf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	6	6	12
	No	166	7	173
Total		172	13	185

Tabla de contingencia P.6cafa - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cafa - Sugiere la región de:	Andalucía	6	0	6
	Otros	0	6	6
Total		6	6	12

Tabla de contingencia P.6cag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	14	8	22
	La Leyenda Amarilla	9	2	11
	La Leyenda Blanca	2	1	3
	Dictadura franquista	3	1	4
	Otros	144	1	145
Total		172	13	185

Tabla de contingencia P.6cah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	13	0	13
	No	159	13	172
Total		172	13	185

Tabla de contingencia P.6caha - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		Sí	
P.6caha - Sugiere la región de:	Andalucía	12	12
	Castilla-La Mancha	1	1
Total		13	13

Tabla de contingencia P.6cb - La víctima secundaria, ¿es española? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cb - La víctima secundaria, ¿es española?	Sí	123	5	128
	No	70	69	139
Total		193	74	267

Tabla de contingencia P.6cba - El actor que le da vida, es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cba - El actor que le da vida, es:	Iberoamericana	0	2	2
	Árabe	1	0	1
	Europea	2	1	3
	Estadounidense	0	1	1
	Español	120	1	121
Total		123	5	128

Tabla de contingencia P.6cbaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cbaa - País:	Reino Unido	0	1	1
	Italia	2	0	2
Total		2	1	3

Tabla de contingencia P.6cbb - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cbb - El personaje es:	Hombre	70	3	73
	Mujer	53	2	55
Total		123	5	128

Tabla de contingencia P.6cbc - El personaje, ¿consigue sus objetivos? *
P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cbc - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	111	1	112
	No	12	4	16
Total		123	5	128

Tabla de contingencia P.6cbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	7	1	8
	No	116	4	120
Total		123	5	128

Tabla de contingencia P.6cbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	2	2
	No	123	3	126
Total		123	5	128

Tabla de contingencia P.6cbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	4	3	7
	No	119	2	121
Total		123	5	128

Tabla de contingencia P.6cbfa - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cbfa - Sugiere la región de:	Andalucía	4	0	4
	Otros	0	3	3
Total		4	3	7

Tabla de contingencia P.6cbg -La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cbg -La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	10	3	13
	La Leyenda Amarilla	5	0	5
	La Leyenda Blanca	1	0	1
	Dictadura franquista	0	1	1
	Otros	107	1	108
Total		123	5	128

Tabla de contingencia P.6cbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6cbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	8	0	8
	No	115	5	120
Total		123	5	128

Tabla de contingencia P.6cbha - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		Sí	
P.6cbha - Sugiere la región de:	Andalucía	8	8
Total		8	8

Tabla de contingencia P.6d - ¿Algún personaje circunstancial es español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6d - ¿Algún personaje circunstancial es español?	Sí	171	37	208
	No	22	37	59
Total		193	74	267

Tabla de contingencia P.6da - Algún personaje circunstancial, ¿es español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6da - Algún personaje circunstancial, ¿es español?	Sí	171	30	201
	No	22	44	66
Total		193	74	267

Tabla de contingencia P.6daa - El actor que le da vida, es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6daa - NS/NC		0	6	6
El actor Iberoamericana		0	6	6
que le da Europea		1	5	6
vida, es: Estadounidense		0	8	8
Español		170	5	175
Total		171	30	201

Tabla de contingencia P.6daaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6daaa - Francia		0	2	2
- País: Reino Unido		0	3	3
Alemania		0	1	1
Otros		1	0	1
Total		1	6	7

Tabla de contingencia P.6dab - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dab - El personaje es:	Hombre	104	19	123
	Mujer	67	11	78
Total		171	30	201

Tabla de contingencia P.6dac - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	166	10	176
	No	5	20	25
Total		171	30	201

Tabla de contingencia P.6dad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	4	5	9
	No	167	25	192
Total		171	30	201

Tabla de contingencia P.6dae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	13	13
	No	171	17	188
Total		171	30	201

Tabla de contingencia P.6daf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6daf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	5	19	24
	No	166	11	177
Total		171	30	201

Tabla de contingencia P.6dafa - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dafa - Sugiere la región de:	Navarra	0	1	1
	Andalucía	5	2	7
	Otros	0	16	16
Total		5	19	24

Tabla de contingencia P.6dag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	13	11	24
	La Leyenda Amarilla	8	9	17
	La Leyenda Blanca	2	1	3
	Dictadura franquista	2	3	5
	Otros	146	6	152
Total		171	30	201

Tabla de contingencia P.6dah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	11	2	13
	No	160	28	188
Total		171	30	201

Tabla de contingencia P.6daha - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6daha - Sugiere la región de:	País Vasco	1	0	1
	Andalucía	10	2	12
Total		11	2	13

Tabla de contingencia P.6db - ¿Algún otro personaje circunstancial es español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6db - ¿Algún otro personaje circunstancial es español?	Sí	166	16	182
	No	27	58	85
Total		193	74	267

Tabla de contingencia P.6dba - El actor que le da vida, es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dba - El actor que le da vida, es:	NS/NC	0	6	6
	Iberoamericana	0	2	2
	Árabe	0	1	1
	Europea	1	1	2
	Estadounidense	0	2	2
	Español	165	4	169
Total		166	16	182

Tabla de contingencia P.6dbaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dbaa - País:	Reino Unido	0	1	1
	Italia	1	0	1
Total		1	1	2

Tabla de contingencia P.6dbab - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dbab - El personaje es:	Hombre	84	9	93
	Mujer	82	7	89
Total		166	16	182

Tabla de contingencia P.6dbc -El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dbc -El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	162	10	172
	No	4	6	10
Total		166	16	182

Tabla de contingencia P.6dbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	3	1	4
	No	163	15	178
Total		166	16	182

Tabla de contingencia P.6dbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	6	6
	No	166	10	176
Total		166	16	182

Tabla de contingencia P.6dbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	4	12	16
	No	162	4	166
Total		166	16	182

Tabla de contingencia P.6dbfa - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dbfa - Sugiere la región de:	País Vasco	0	2	2
	Navarra	0	1	1
	Andalucía	4	1	5
	Otros	0	7	7
Total		4	11	15

Tabla de contingencia P.6dbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	13	6	19
	La Leyenda Amarilla	7	4	11
	La Leyenda Blanca	2	2	4
	Dictadura franquista	2	2	4
	Otros	142	2	144
Total		166	16	182

Tabla de contingencia P.6dbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	NS/NC	0	1	1
	Sí	9	1	10
	No	157	14	171
Total		166	16	182

Tabla de contingencia P.6dbha - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6dbha - Sugiere la región de:	País Vasco	0	1	1
	Andalucía	9	0	9
Total		9	1	10

Tabla de contingencia P.6e - ¿Algún personaje, de forma implícita, sugiere un personaje español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.6e - ¿Algún personaje, de forma implícita, sugiere un personaje español?	Sí	0	13	13
	No	193	61	254
Total		193	74	267

Tabla de contingencia P.6ea - El rol del personaje implícitamente español, es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.6ea - El rol del personaje implícitamente español, es:	Perseguidor	7	7
	Víctima	1	1
	Salvador	3	3
	Circunstancial	2	2
Total		13	13

Tabla de contingencia P.6eaa - El actor que le da vida, es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.6eaa - El actor que le da vida, es:	NS/NC	1	1
	Árabe	1	1
	Europea	7	7
	Estadounidense	3	3
	Otras	1	1
Total		13	13

Tabla de contingencia P.6eaaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.6eaaa	Francia	2	2
- País:	Reino Unido	5	5
Total		7	7

Tabla de contingencia P.6eab - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.6eab - El personaje es:	Hombre	12	12
	Mujer	1	1
Total		13	13

Tabla de contingencia P.6eac - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.6eac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	NS/NC	1	1
	Sí	8	8
	No	4	4
Total		13	13

Tabla de contingencia P.6ead - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.6ead - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	2	2
	No	11	11
Total		13	13

Tabla de contingencia P.6eae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

	P.1a - ¿La película es española?:	Total
	No	
P.6eae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	13	13
Total	13	13

Tabla de contingencia P.6eaf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

	P.1a - ¿La película es española?:	Total
	No	
P.6eaf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	10	10
	3	3
Total	13	13

Tabla de contingencia P.6eafa - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

	P.1a - ¿La película es española?:	Total
	No	
P.6eafa - Sugiere la región de:	1	1
	3	3
	6	6
Total	10	10

Tabla de contingencia P.6eag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

	P.1a - ¿La película es española?:	Total
	No	
P.6eag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	2	2
	1	1
	10	10
Total	13	13

Tabla de contingencia P.6eah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.6eah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	3	3
	No	10	10
Total		13	13

Tabla de contingencia P.6eaha - Sugiere la región de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.6eaha - Sugiere la región de:	Andalucía	3	3
Total		3	3

e) Tablas de contingencias del análisis de los actores

Tabla de contingencia P.7 - ¿Algún actor español interpreta a un personaje no español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7 - ¿Algún actor español interpreta a un personaje no español?	Sí	197	52	249
	No	8	146	154
Total		205	198	403

Tabla de contingencia P.7a - ¿Algún persecuidor es interpretado por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7a - ¿Algún persecuidor es interpretado por un actor español?	Sí	91	8	99
	No	106	44	150
Total		197	52	249

Tabla de contingencia P.7aa - El persecuidor principal, ¿es interpretado por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aa - El persecuidor principal, ¿es interpretado por un actor español?	Sí	90	6	96
	No	1	2	3
Total		91	8	99

Tabla de contingencia P.7aaa - El personaje que interpreta es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aaa - El personaje que interpreta es:	Iberoamericana	0	4	4
	Europea	5	0	5
	Español	85	2	87
Total		90	6	96

Tabla de contingencia P.7aaaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aaaa	Francia	1		1
- País:	Italia	1		1
	Otros	3		3
Total		5		5

Tabla de contingencia P.7aab - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aab - El personaje	Hombre	75	5	80
es:	Mujer	15	1	16
Total		90	6	96

Tabla de contingencia P.7aac - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aac - El personaje,	Sí	40	3	43
¿consigue sus objetivos?	No	50	3	53
Total		90	6	96

Tabla de contingencia P.7aad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aad - El	Sí	16	2	18
personaje, ¿muere a	No	74	4	78
lo largo de la trama?				
Total		90	6	96

Tabla de contingencia P.7aae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	4	4
	No	90	2	92
Total		90	6	96

Tabla de contingencia P.7aaf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aaf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	4	3	7
	No	86	3	89
Total		90	6	96

Tabla de contingencia P.7aag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	7	1	8
	La Leyenda Amarilla	7	0	7
	La Leyenda Blanca	2	1	3
	Otros	74	4	78
Total		90	6	96

Tabla de contingencia P.7aah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	10	1	11
	No	80	5	85
Total		90	6	96

Tabla de contingencia P.7ab - El perseguidor secundario, ¿es interpretado por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7ab - El perseguidor secundario, ¿es interpretado por un actor español?	Sí	42	2	44
	No	49	6	55
Total		91	8	99

Tabla de contingencia P.7aba - El personaje que interpreta es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7aba - El personaje que interpreta es:	Iberoamericana	1	1	2
	Árabe	1	0	1
	Europea	6	0	6
	Español	34	1	35
Total		42	2	44

Tabla de contingencia P.7abaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		Sí	
P.7abaa - País:	Francia	1	1
	Reino Unido	1	1
	Italia	1	1
	Otros	3	3
Total		6	6

Tabla de contingencia P.7abb - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7abb - El personaje es:	Hombre	30	2	32
	Mujer	12	0	12
Total		42	2	44

Tabla de contingencia P.7abc - El personaje, ¿consigue sus objetivos? *
P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7abc - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	18	0	18
	No	24	2	26
Total		42	2	44

Tabla de contingencia P.7abd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7abd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	7	2	9
	No	35	0	35
Total		42	2	44

Tabla de contingencia P.7abe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7abe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	1	1
	No	42	1	43
Total		42	2	44

Tabla de contingencia P.7abf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7abf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	2	1	3
	No	40	1	41
Total		42	2	44

Tabla de contingencia P.7abh - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7abh - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	3	0	3
	La Leyenda Amarilla	4	0	4
	La Leyenda Blanca	0	1	1
	Otros	35	1	36
Total		42	2	44

Tabla de contingencia P.7abg - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7abg - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	3	1	4
	No	39	1	40
Total		42	2	44

Tabla de contingencia P.7b - ¿Algún salvador es interpretado por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7b - ¿Algún salvador es interpretado por un actor español?	Sí	156	14	170
	No	41	38	79
Total		197	52	249

Tabla de contingencia P.7ba - El salvador principal, ¿es interpretado por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7ba - El salvador principal, ¿es interpretado por un actor español?	Sí	156	12	168
	No	0	2	2
Total		156	14	170

Tabla de contingencia P.7baa - El personaje que interpreta es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7baa - El personaje que interpreta es:	Iberoamericana	1	5	6
	Árabe	1	2	3
	Europea	1	2	3
	Español	153	3	156
Total		156	12	168

Tabla de contingencia P.7baaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7baaa - País:	Francia	0	1	1
	Italia	1	1	2
Total		1	2	3

Tabla de contingencia P.7bab - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bab - El personaje es:	Hombre	130	9	139
	Mujer	26	3	29
Total		156	12	168

Tabla de contingencia P.7bac - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	151	11	162
	No	5	1	6
Total		156	12	168

Tabla de contingencia P.7bad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	3	0	3
	No	153	12	165
Total		156	12	168

Tabla de contingencia P.7bae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	5	5
	No	156	7	163
Total		156	12	168

Tabla de contingencia P.7baf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7baf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	3	7	10
	No	153	5	158
Total		156	12	168

Tabla de contingencia P.7bag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	8	3	11
	La Leyenda Amarilla	9	0	9
	La Leyenda Blanca	2	3	5
	Dictadura franquista	2	0	2
	Otros	135	6	141
Total		156	12	168

Tabla de contingencia P.7bah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	8	0	8
	No	148	12	160
Total		156	12	168

Tabla de contingencia P.7bb - El salvador secundario, ¿es interpretado por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bb - El salvador secundario, ¿es interpretado por un actor español?	Sí	77	2	79
	No	79	12	91
Total		156	14	170

Tabla de contingencia P.7bba - El salvador principal, ¿es interpretado por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bba - El salvador principal, ¿es interpretado por un actor español?	Iberoamericana	1	2	3
	Árabe	2	0	2
	Europea	2	0	2
	Español	72	0	72
Total		77	2	79

Tabla de contingencia P.7bbaa - El personaje que interpreta es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		Sí	
P.7bbaa - El personaje que interpreta es:	Italia	2	2
Total		2	2

Tabla de contingencia P.7bbb - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bbb	Hombre	57	2	59
- País:	Mujer	20	0	20
Total		77	2	79

Tabla de contingencia P.7bbc - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bbc - El personaje	Sí	75	2	77
es:	No	2	0	2
Total		77	2	79

Tabla de contingencia P.7bbd - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bbd - El personaje,	Sí	6	0	6
¿consigue sus objetivos?	No	71	2	73
Total		77	2	79

Tabla de contingencia P.7bbe - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bbe - El	No	77	2	79
personaje, ¿muere a lo largo de la trama?				
Total		77	2	79

Tabla de contingencia P.7bbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	3	2	5
	No	74	0	74
Total		77	2	79

Tabla de contingencia P.7bbg - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bbg - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	La Leyenda Negra	2	0	2
	La Leyenda Amarilla	6	0	6
	Dictadura franquista	2	0	2
	Otros	67	2	69
Total		77	2	79

Tabla de contingencia P.7bbh - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7bbh - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	Sí	7	2	9
	No	70	0	70
Total		77	2	79

Tabla de contingencia P.7c - ¿Alguna víctima es interpretada por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7c - ¿Alguna víctima es interpretada por un actor español?	Sí	172	12	184
	No	25	40	65
Total		197	52	249

Tabla de contingencia P.7ca - La víctima principal, ¿es interpretada por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7ca - La víctima principal, ¿es interpretada por un actor español?	Sí	169	10	179
	No	4	2	6
Total		173	12	185

Tabla de contingencia P.7caa - El personaje que interpreta es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7caa - El personaje que interpreta es:	Iberoamericana	0	3	3
	Árabe	1	0	1
	Estadounidense	0	1	1
	Español	168	6	174
Total		169	10	179

Tabla de contingencia P.7cab - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cab - El personaje es:	Hombre	95	3	98
	Mujer	74	6	80
	5	0	1	1
Total		169	10	179

Tabla de contingencia P.7cac - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	156	4	160
	No	13	6	19
Total		169	10	179

Tabla de contingencia P.7cad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	11	1	12
	No	158	9	167
Total		169	10	179

Tabla de contingencia P.7cae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	No	169	10	179
Total		169	10	179

Tabla de contingencia P.7caf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7caf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	4	2	6
	No	165	8	173
Total		169	10	179

Tabla de contingencia P.7cag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	8	2	10
	La Leyenda Amarilla	9	0	9
	La Leyenda Blanca	2	1	3
	Dictadura franquista	3	1	4
	Otros	147	6	153
Total		169	10	179

Tabla de contingencia P.7cah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	10	0	10
	No	159	10	169
Total		169	10	179

Tabla de contingencia P.7cb - La víctima secundaria, ¿es interpretada por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cb - La víctima secundaria, ¿es interpretada por un actor español?	Sí	126	3	129
	No	47	9	56
Total		173	12	185

Tabla de contingencia P.7cba - El personaje que interpreta es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cba - El personaje que interpreta es:	Árabe	0	1	1
	Europea	0	1	1
	Español	126	1	127
Total		126	3	129

Tabla de contingencia P.7cbaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.7cbaa - País:	Reino Unido	1	1
Total		1	1

Tabla de contingencia P.7cbb - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cbb - El personaje	Hombre	69	1	70
es:	Mujer	57	2	59
Total		126	3	129

Tabla de contingencia P.7cbc - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cbc - El personaje,	Sí	114	2	116
¿consigue sus objetivos?	No	12	1	13
Total		126	3	129

Tabla de contingencia P.7cdb - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cdb - El	Sí	6	0	6
personaje, ¿muere a	No	120	3	123
lo largo de la trama?				
Total		126	3	129

Tabla de contingencia P.7cbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cbe - El personaje,	Sí	0	1	1
¿tiene alguna	No	126	2	128
caracterización física?				
Total		126	3	129

Tabla de contingencia P.7cbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	4	1	5
	No	122	2	124
Total		126	3	129

Tabla de contingencia P.7cbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	6	0	6
	La Leyenda Amarilla	6	0	6
	La Leyenda Blanca	1	0	1
	Otros	113	3	116
Total		126	3	129

Tabla de contingencia P.7cbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7cbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	9	0	9
	No	117	3	120
Total		126	3	129

Tabla de contingencia P.7d - ¿Algún personaje circunstancial es interpretado por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7d - ¿Algún personaje circunstancial es interpretado por un actor español?	Sí	178	22	200
	No	18	32	50
Total		196	54	250

Tabla de contingencia P.7da - Algún personaje circunstancial, ¿es interpretado por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7da - Algún personaje circunstancial, ¿es interpretado por un actor español?	Sí	177	19	196
	No	1	3	4
Total		178	22	200

Tabla de contingencia P.7daa - El personaje que interpreta es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7daa - El personaje que interpreta es:	Iberoamericana	0	7	7
	Árabe	1	0	1
	Europea	0	5	5
	Español	176	5	181
	Otras	0	2	2
Total		177	19	196

Tabla de contingencia P.7daaa - País: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:	Total
		No	
P.7daaa - País:	Francia	1	1
	Reino Unido	1	1
	Italia	1	1
	Otros	2	2
Total		5	5

Tabla de contingencia P.7dab - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dab - El personaje es:	Hombre	120	11	131
	Mujer	57	8	65
Total		177	19	196

Tabla de contingencia P.7dac - El personaje, ¿consigue sus objetivos? *
P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dac - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	171	6	177
	No	6	13	19
Total		177	19	196

Tabla de contingencia P.7dad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dad - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	5	4	9
	No	172	15	187
Total		177	19	196

Tabla de contingencia P.7dae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dae - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	4	4
	No	177	15	192
Total		177	19	196

Tabla de contingencia P.7daf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7daf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	6	8	14
	No	171	11	182
Total		177	19	196

Tabla de contingencia P.7dag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dag - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	10	4	14
	La Leyenda Amarilla	10	1	11
	La Leyenda Blanca	3	1	4
	Dictadura franquista	2	1	3
	Otros	152	12	164
Total		177	19	196

Tabla de contingencia P.7dah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dah - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	12	3	15
	No	165	16	181
Total		177	19	196

Tabla de contingencia P.7db - ¿Algún otro personaje circunstancial es interpretado por un actor español? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7db - ¿Algún otro personaje circunstancial es interpretado por un actor español?	Sí	169	5	174
	No	9	17	26
Total		178	22	200

Tabla de contingencia P.7dba - El personaje que interpreta es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dba - El personaje que interpreta es:	Estadounidense	0	1	1
	Español	169	4	173
Total		169	5	174

Tabla de contingencia P.7dbb - El personaje es: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dbb - El personaje es:	Hombre	83	3	86
	Mujer	86	2	88
Total		169	5	174

Tabla de contingencia P.7dbc - El personaje, ¿consigue sus objetivos? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dbc - El personaje, ¿consigue sus objetivos?	Sí	164	2	166
	No	5	2	7
	11	0	1	1
Total		169	5	174

Tabla de contingencia P.7dbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dbd - El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?	Sí	5	1	6
	No	164	4	168
Total		169	5	174

Tabla de contingencia P.7dbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dbe - El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?	Sí	0	1	1
	No	169	4	173
Total		169	5	174

Tabla de contingencia P.7dbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dbf - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?	Sí	4	2	6
	No	165	3	168
Total		169	5	174

Tabla de contingencia P.7dbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de: * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dbg - La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:	La Leyenda Negra	9	2	11
	La Leyenda Amarilla	8	0	8
	La Leyenda Blanca	2	2	4
	Dictadura franquista	1	0	1
	Otros	149	1	150
Total		169	5	174

Tabla de contingencia P.7dbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla? * P.1a - ¿La película es española?:

Recuento

		P.1a - ¿La película es española?:		Total
		Sí	No	
P.7dbh - El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?	Sí	8	0	8
	No	161	5	166
Total		169	5	174

10.2 FICHA DE ANÁLISIS CINEMATográfico

FICHA DE ANÁLISIS DE LARGOMETRAJES CINEMATográfICOS

La imagen exterior de España, tal como España la ve
Memoria para la obtención del grado de doctor 2008-2009
Universidad Complutense de Madrid
Doctorando: David Miranda Torres
Director: Felicísimo Valbuena de la Fuente

1. DATOS OFICIALES DE LA PELÍCULA

- (1) Título original: _____
- (2) Título en España: _____
- (3) Año de grabación: _____
- (4) Género cinematográfico: _____
- (5) País de producción: _____
- (6) País de grabación: _____
- (7) Duración: _____
- (8) Dirección: _____
- (9) Producción: _____
- (10) Guión: _____
- (11) Montaje: _____
- (12) Vestuario: _____
- (13) Música: _____
- (14) Fotografía: _____
- (15) Reparto: _____

(16) Sinopsis:

2. DATOS DE ANÁLISIS

2.1 Datos de clasificación

P.1 (17) ¿El largometraje versa o hace mención, directa o indirectamente, a España, a los españoles o a sus outputs o inputs?:

Sí (1)

No (2)*

NS/NC (0)

**En caso negativo, la película queda al margen de más análisis*

P.1a (18) ¿La película es española?:

Sí (1)*

No (2)

NS/NC (0)

**Marcar SÍ en caso de que España coproduzca la película, pese a que su participación sea minoritaria*

P.1aa (19) La película, principalmente, es:

Iberoamericana (1)

Árabe (2)

Europea (3)

Estadounidense (4)

Otras regiones (5)

Varias (6)

NS/NC (0)

P.1ab (21) ¿Coproduce España la película?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.1aaa (20) La película, ¿a qué país pertenece?

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varias (6)

NS/NC (0)

P.1abaa (23) ¿País?

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varias (6)

NS/NC (0)

P.1aba (22) El otro país coprodutor principal es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Otras regiones (5)

Varias (6)

NS/NC (0)

P.1b (24) El género principal de la película es:

Comedia (1)

Drama (2)

Cine de acción, aventura o CCFF (3)

Cine de suspense, thriller o terror (4)

Cine de animación (5)

NS/NC (0)

Documental (6)

Cine bélico (7)

Making-off (8)

Histórico- Peplum (9)

Otros (10)

2.2 Análisis imagen-país

P.2 (26) ¿España es tratada en la película?

☒ Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.2a (27) ¿Aparece como un escenario en el que contar una historia?

☒ Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.2b (35) ¿Aparece como un sujeto internacional?

☒ Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.2c (43) ¿Aparece a través de un símbolo de identidad?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.2d (44) ¿Aparece a través de una mención a una región?

☒ Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.2e (46) ¿Aparece a través de una mención a un ciudadano?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.2da (45) ¿Cual?

Galicia (1)

Asturias (2)

Cantabria (3)

País Vasco (4)

Navarra (5)

Aragón (6)

Cataluña (7)

Valencia (8)

Baleares (9)

Murcia (10)

Otros (21)

Andalucía (11)

Ceuta y Melilla (12)

Canarias (13)

Extremadura (14)

Castilla y León (15)

La Rioja (16)

Castilla-La Mancha (17)

Madrid (18)

Gibraltar (19)

Plazas de soberanía (20)

Varias (22)

NS/NC (0)

P.2aa (28), P.2ba (36) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

La Leyenda Amarilla (2)

La Leyenda Blanca (3)

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

Varias (5)

Otros (6)

Ninguno (7)

P.2aba (30) P.2bba (38)

Principalmente, ¿con qué región?

País iberoamericano (1)

País árabe (2)

País europeo (3)

Estados Unidos (4)

Otros países (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.2abaa (31) P.2bbaa (39) ¿País?:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.2ac (32), P.2bc (40) Su papel, sugiere el rol de:

Potencia perseguidora (1)

Otros (4)

Potencia salvadora (2)

Varios (5)

Potencia víctima (3)

Ninguna (6)

NS/NC (0)

P.2ad (33), P.2bd (41) Su aparición en el largometraje aparece como parte de una trama:

Principal (1)

Varias (5)

Secundaria (2)

Otros (6)

Circunstancial (3)

Ninguno (7)

Implícita (4)

NS/NC (0)

P.2ae (34), P.2be (42) ¿Consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.3 (47) ¿Los outputs e inputs españoles son tratados en la película?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.3aaa (50) P.3abc (56) Tipo:

Sol y playa (1)
Verde, agrario o rural (2)
Cultural, deportivo o de conciertos (3)
Negocios, reuniones o congresos (4)
Exclusivo o de lujo (5)

Varios (6) Otros (7) NS/NC (0)

P.3ab (53) Tipo:

Cultura (1)

Exportación ByS (2)

Emigración (3)

Turismo (4)

Inversión (5)

Varios (6) Otros (7) NS/NC (0)

P.3aab (51) P.3aba (54) Tipo:

Música (1) Teatro (9)
Literatura (2) Tauromaquia (10)
Pintura (3) Gastronomía (11)
Deporte (4) Folclore (12)
Arquitectura (5) Diseño (13)
Política (6) Ciencia (14)
Escultura (7) Terrorismo (15)
Cine (8)

Otros (16) Varios (17) NS/NC (0)

P.3aac (52) P.3abb (55) Se refiere a:

Una obra (1) Varios (4)
Un personaje (2) Otros (5)
Un autor (3) NS/NC (0)

P.3b (57) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1) Varias (5)
La Leyenda Amarilla (2) Otros (6)
La Leyenda Blanca (3) Ninguno (7)
Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.3c (58) ¿Existe alguna región relacionada?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.3ca (59) ¿Región?

Galicia (1) Andalucía (11)
Asturias (2) Ceuta y Melilla (12)
Cantabria (3) Canarias (13)
País Vasco (4) Extremadura (14)
Navarra (5) Castilla y León (15)
Aragón (6) La Rioja (16)
Cataluña (7) Castilla-La Mancha (17)
Valencia (8) Madrid (18)
Baleares (9) Gibraltar (19)
Murcia (10) Plazas de soberanía (20)

Otros (21)
Varios (22)
NS/NC (0)

P.3daa (62) ¿País?:

Francia (1)
Reino Unido (2)
Alemania (3)
Italia (4)
Otros (5)
Varios (6)
NS/NC (0)

ANDA TORRES, David (2009). *La imagen exterior de España tal como España la ve*
Proyecto de tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid

P.3d (60) Principalmente, ¿se relacionan con algún país?

Sí (1)
No (2)
NS/NC (0)

P.3e (63) El rol de esos outputs o inputs es:

<i>Positivo (1)</i>	<i>Varios (4)</i>
<i>Negativo (2)</i>	<i>Otros (5)</i>
<i>Neutro (3)</i>	<i>Ninguna (6)</i>
<i>NS/NC (0)</i>	

P.3f (64) Su aparición en el largometraje aparece de forma:

<i>Principal (1)</i>	<i>Varías (5)</i>
<i>Secundaria (2)</i>	<i>Otros (6)</i>
<i>Circunstancial (3)</i>	<i>Ninguno (7)</i>
<i>Implícita (4)</i>	
<i>NS/NC (0)</i>	

2.3 Análisis del tiempo

P.4 (65) El tiempo de la trama de la película, ¿es lineal?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.4a (69) La alteración cronológica se produce por:

Prolepsis/ Flashforward (1)

Paréntesis / Tiempo paralelo (2)

Analepsis/Flashback/Racconto (3)

Varias (4)

Otras (5)

NS/NC (0)

P.4b (70) ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama *principal* de la película?

P.4c (73) ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama *secundaria* de la película?

P.4d (66) ¿En qué periodo histórico se desarrolla la trama *única* de la película?

En el pasado (1)

En nuestros días (2000-2009) (2)

En el futuro (3)

Sin definición temporal (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.4ba (71), P.4ca (74), P.4da (67) Periodo:

En la prehistoria (1)

En la edad antigua, época prerromana (2)

En la edad antigua, época romana (3)

En la edad media, alta edad media (4)

En la edad media, baja edad media (5)

En la edad moderna, S. XVI (6)

En la edad moderna, S. XVII (7)

En la edad contemporánea, S. XVIII (8)

En la edad contemporánea, primera mitad del S. XIX (9)

En la edad contemporánea, segunda mitad del S. XIX (10)

En la edad contemporánea, primer tercio del S. XX (11)

En la edad contemporánea, segundo tercio del S. XX (12)

En la edad contemporánea, tercer tercio del S. XX (13)

En un pasado fantástico (14)

Otros (15)

Varias (16)

NS/NC (0)

P.4bb (72), P.4cb (75), P.4db (68)
Periodo:

En un futuro inmediato (2010-2015) (1)

En un futuro próximo (2015-2030) (2)

En un futuro lejano (a partir de 2030) (3)

Otros (4)

Varias (5)

NS/NC (0)

2.4 Análisis del espacio

P.5 (76) ¿La trama de la película se desarrolla en España?

☒ *Sí (1)*

☐ *No (2)*

☐ *NS/NC (0)*

P.5baa (80) ¿País?:

☐ *Francia (1)*

☐ *Reino Unido (2)*

☐ *Alemania (3)*

☐ *Italia (4)*

☐ *Otros (5)*

☐ *Varios (6)*

☐ *NS/NC (0)*

P.5a (77) Su presencia, se desarrolla en una trama:

☐ *Principal (1)*

☐ *Varias (5)*

☐ *Secundaria (2)*

☐ *Otros (6)*

☐ *Circunstancial (3)*

☐ *Ninguno (7)*

☐ *Implícita (4)*

☐ *NS/NC (0)*

P.5b (78) Se desarrolla la trama de la película, en exclusiva, en suelo español?

☐ *Sí (1)*

☒ *No (2)*

☐ *NS/NC (0)*

P.5ba (79) La otra región principal es:

☐ *Iberoamérica (1)*

☐ *Mundo Árabe (2)*

☒ *Europa (3)*

☐ *Estados Unidos (4)*

☐ *Varios (5)*

☐ *Otros (6)*

☐ *NS/NC (0)*

P.5d (82) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

☐ *La Leyenda Negra (1)*

☐ *Varias (5)*

☐ *La Leyenda Amarilla (2)*

☐ *Otros (6)*

☐ *La Leyenda Blanca (3)*

☐ *Ninguno (7)*

☐ *Dictadura franquista (4)*

☐ *NS/NC (0)*

P.5ea (84) ¿En qué parte de España se desarrolla la trama?

En las provincias de la España prerromana (1)
En las provincias de la España grecorromana (2)
En la Corona de Castilla (3)
En la Corona de Aragón (4)
En el Reino de Navarra (5)
En los territorios peninsulares de dominio árabe (6)
En la España Imperial de los Austria (7)
En la España Imperial de los Borbón (8)
Otros (9)

NS/NC (0)

P.5eb (85) ¿En qué parte de España se desarrolla la trama?

<i>Galicia (1)</i>	<i>Andalucía (11)</i>
<i>Asturias (2)</i>	<i>Ceuta y Melilla (12)</i>
<i>Cantabria (3)</i>	<i>Canarias (13)</i>
<i>País Vasco (4)</i>	<i>Extremadura (14)</i>
<i>Navarra (5)</i>	<i>Castilla y León (15)</i>
<i>Aragón (6)</i>	<i>La Rioja (16)</i>
<i>Cataluña (7)</i>	<i>Castilla-La Mancha (17)</i>
<i>Valencia (8)</i>	<i>Madrid (18)</i>
<i>Baleares (9)</i>	<i>Gibraltar (19)</i>
<i>Murcia (10)</i>	<i>Plazas de soberanía (20)</i>

Otros (21)
Varios (22)
 NS/NC (0)

P.5e (83) Principalmente, ¿en qué parte de España se desarrolla la trama?

En colonias españolas (1)
En suelo diplomático (embajadas y consulados) (2)
A bordo de naves o aeronaves españolas (3)
En la Madre Patria pretérita (península, archipiélagos y plazas de soberanía) (4)
En la Madre Patria presente (península, archipiélagos y plazas de soberanía) (5)
En nuevas colonias o dominios españoles (6)
Varias (7)
Otros (8)

NS/NC (0)

2.5 Análisis de los personajes

P.6 (86) ¿Alguno de los personajes interpreta a un ciudadano español?

Sí (1)
 No (2)

NS/NC (0)



P.6a (87) ¿Algún perseguidor es español?

Sí (1)
 No (2)
 NS/NC (0)

P.6b (112) ¿Algún salvador es español?

Sí (1)
 No (2)
 NS/NC (0)

P.6c (137) ¿Alguna víctima es española?

Sí (1)
 No (2)
 NS/NC (0)

P.6d (162) ¿Algún personaje circunstancial es español?

Sí (1)
 No (2)
 NS/NC (0)

P.6e (187) ¿Algún personaje, de forma implícita, sugiere un personaje español?

Sí (1)
 No (2)
 NS/NC (0)

P.6aa (88) El perseguidor principal, ¿es español?

Sí (1) NS/NC (0)
 No (2)

P.6ab (100) El perseguidor secundario, ¿es español?

Sí (1) NS/NC (0)
 No (2)

P.6ba (113) El salvador principal, ¿es español?

Sí (1) NS/NC (0)
 No (2)

P.6bb (125) El salvador secundario, ¿es español?

Sí (1) NS/NC (0)
 No (2)

P.6ca (138) La víctima principal, ¿es española?

Sí (1) NS/NC (0)
 No (2)

P.6cb (150) La víctima secundaria, ¿es española?

Sí (1) NS/NC (0)
 No (2)

P.6da (163) Algún personaje circunstancial principal, ¿es español?

Sí (1) NS/NC (0)
 No (2)

P.6db (175) ¿Algún personaje circunstancial secundario, es español?

Sí (1) NS/NC (0)
 No (2)

P.6ea (188) El rol del personaje implícitamente español, es:

Perseguidor (1) *Salvador (3)*
Víctima (2) *Circunstancial (4)*

NS/NC (0)

GRUPO 6aa

P.6aaa (89) El actor que le da vida, es:

Iberoamericano (1)
Árabe (2)
Europeo (3)
Estadounidense (4)
Español (5)
Otros (6)
NS/NC (0)

P.6aab (91) El personaje es:

Hombre (1) *Mujer (2)* *Otros (3)*
NS/NC (0)

P.6aac (92) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6aad (93) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6aae (94) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6aaf (95) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6aag (97) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1) *Varias (5)*
La Leyenda Amarilla (2) *Otros (6)*
La Leyenda Blanca (3) *Ninguno (7)*
Dictadura franquista (4)
NS/NC (0)

P.6aaaa (90) País:

Francia (1)
Reino Unido (2)
Alemania (3)
Italia (4)
Otros (5)
Varios (6)
NS/NC (0)

P.6aah (98) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) *No (2)*
NSNC (0)

P.6aafa (96), P.6aaha (99) Sugiere la región de:

Galicia (1) *Andalucía (11)*
Asturias (2) *Ceuta y Melilla (12)*
Cantabria (3) *Canarias (13)*
País Vasco (4) *Extremadura (14)*
Navarra (5) *Castilla y León (15)*
Aragón (6) *La Rioja (16)*
Cataluña (7) *Castilla-La Mancha (17)*
Valencia (8) *Madrid (18)*
Baleares (9) *Gibraltar (19)*
Murcia (10) *Plazas de soberanía (20)*
Otros (21)
NS/NC (0)

GRUPO 6ab

P.6aba (101) El actor que le da vida, es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.6abb (103) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.6abc (104) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6abd (105) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6abe (106) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6abf (107) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6abg (109) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

Varias (5)

La Leyenda Amarilla (2)

Otros (6)

La Leyenda Blanca (3)

Ninguno (7)

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.6abaa (102) País:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.6abh (110) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6abfa (108), P.6abha (111) Sugiere la región de:

Galicia (1)

Andalucía (11)

Asturias (2)

Ceuta y Melilla (12)

Cantabria (3)

Canarias (13)

País Vasco (4)

Extremadura (14)

Navarra (5)

Castilla y León (15)

Aragón (6)

La Rioja (16)

Cataluña (7)

Castilla-La Mancha (17)

Valencia (8)

Madrid (18)

Baleares (9)

Gibraltar (19)

Murcia (10)

Plazas de soberanía (20)

Otros (21)

NS/NC (0)

GRUPO 6ba

P.6baa (114) El actor que le da vida, es:

Iberoamericano (1)
Árabe (2)
☒ *Europeo (3)*
Estadounidense (4)
Español (5)
Otros (6)
NS/NC (0)

P.6bab (116) El personaje es:

Hombre (1) *Mujer (2)* *Otros (3)*
NS/NC (0)

P.6bac (117) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6bad (118) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6bae (119) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) *No (2)*)
NS/NC (0)

P.6baf (120) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

☒ *Sí (1)* *No (2)*
NS/NC (0)

P.6bag (122) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1) *Varias (5)*
La Leyenda Amarilla (2) *Otros (6)*
La Leyenda Blanca (3) *Ninguno (7)*

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.6baaa (115) País:

Francia (1)
Reino Unido (2)
Alemania (3)
Italia (4)
Otros (5)
Varios (6)
NS/NC (0)

P.6bah (123) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

☒ *Sí (1)* *No (2)*
NS/NC (0)

P.6bafa (121), P.6baha (124) Sugiere la región de:

<i>Galicia (1)</i>	<i>Andalucía (11)</i>
<i>Asturias (2)</i>	<i>Ceuta y Melilla (12)</i>
<i>Cantabria (3)</i>	<i>Canarias (13)</i>
<i>País Vasco (4)</i>	<i>Extremadura (14)</i>
<i>Navarra (5)</i>	<i>Castilla y León (15)</i>
<i>Aragón (6)</i>	<i>La Rioja (16)</i>
<i>Cataluña (7)</i>	<i>Castilla-La Mancha (17)</i>
<i>Valencia (8)</i>	<i>Madrid (18)</i>
<i>Baleares (9)</i>	<i>Gibraltar (19)</i>
<i>Murcia (10)</i>	<i>Plazas de soberanía (20)</i>
<i>Otros (21)</i>	
<i>NS/NC (0)</i>	

GRUPO 6bb

P.6bba (126) El actor que le da vida, es:

Iberoamericano (1)
Árabe (2)
Europeo (3)
Estadounidense (4)
Español (5)
Otros (6)
NS/NC (0)

P.6bbb (128) El personaje es:

Hombre (1) *Mujer (2)* *Otros (3)*
NS/NC (0)

P.6acc (129) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6bbd (130) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6bbe (131) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6bbf (132) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6bbg (134) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1) *Varias (5)*
La Leyenda Amarilla (2)
Otros (6)
La Leyenda Blanca (3) *Ninguno (7)*
Dictadura franquista (4)

P.6bbaa (127) País:

Francia (1)
Reino Unido (2)
Alemania (3)
Italia (4)
Otros (5)
Varios (6)
NS/NC (0)

P.6bbh (135) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6bbfa (133), P.6bbha (136) Sugiere la región de:

<i>Galicia (1)</i>	<i>Andalucía (11)</i>
<i>Asturias (2)</i>	<i>Ceuta y Melilla (12)</i>
<i>Cantabria (3)</i>	<i>Canarias (13)</i>
<i>País Vasco (4)</i>	<i>Extremadura (14)</i>
<i>Navarra (5)</i>	<i>Castilla y León (15)</i>
<i>Aragón (6)</i>	<i>La Rioja (16)</i>
<i>Cataluña (7)</i>	<i>Castilla-La Mancha (17)</i>
<i>Valencia (8)</i>	<i>Madrid (18)</i>
<i>Baleares (9)</i>	<i>Gibraltar (19)</i>
<i>Murcia (10)</i>	<i>Plazas de soberanía (20)</i>
<i>Otros (21)</i>	
<i>NS/NC (0)</i>	

GRUPO 6ca

P.6caa (139) El actor que le da vida, es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.6cab (141) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.6cac (142) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6cad (143) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6cae (144) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6caf (145) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6cag (147) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1) Varias (5)

La Leyenda Amarilla (2)

Otros (6)

La Leyenda Blanca (3)

Ninguno (7)

Dictadura franquista (4)

P.6caaa (140) País:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.6cah (148) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6cafa (146), P.6caha (149) Sugiere la región de:

Galicia (1)

Andalucía (11)

Asturias (2)

Ceuta y Melilla (12)

Cantabria (3)

Canarias (13)

País Vasco (4)

Extremadura (14)

Navarra (5)

Castilla y León (15)

Aragón (6)

La Rioja (16)

Cataluña (7)

Castilla-La Mancha (17)

Valencia (8)

Madrid (18)

Baleares (9)

Gibraltar (19)

Murcia (10)

Plazas de soberanía (20)

Otros (21)

NS/NC (0)

GRUPO 6cb

P.6cba (151) El actor que le da vida, es:

Iberoamericano (1)
Árabe (2)
Europeo (3)
Estadounidense (4)
Español (5)
Otros (6)
NS/NC (0)

P.6cbb (153) El personaje es:

Hombre (1) *Mujer (2)* *Otros (3)*
NS/NC (0)

P.6cbc (154) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6cbd (155) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6cbe (156) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6cbf (157) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6cbg (159) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1) *Varias (5)*
La Leyenda Amarilla (2) *Otros (6)*
La Leyenda Blanca (3) *Ninguno (7)*
Dictadura franquista (4)
NS/NC (0)

P.6cbaa (152) País:

Francia (1)
Reino Unido (2)
Alemania (3)
Italia (4)
Otros (5)
Varios (6)
NS/NC (0)

P.6cbh (160) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6cbfa (158), P.6cbha (161) Sugiere la región de:

Galicia (1) *Andalucía (11)*
Asturias (2) *Ceuta y Melilla (12)*
Cantabria (3) *Canarias (13)*
País Vasco (4) *Extremadura (14)*
Navarra (5) *Castilla y León (15)*
Aragón (6) *La Rioja (16)*
Cataluña (7) *Castilla-La Mancha (17)*
Valencia (8) *Madrid (18)*
Baleares (9) *Gibraltar (19)*
Murcia (10) *Plazas de soberanía (20)*
Otros (21)
NS/NC (0)

GRUPO 6da

P.6daa (164) El actor que le da vida, es:

Iberoamericano (1)
Árabe (2)
☒ *Europeo (3)*
Estadounidense (4)
Español (5)
Otros (6)
NS/NC (0)

P.6dab (166) El personaje es:

Hombre (1) *Mujer (2)* *Otros (3)*
NS/NC (0)

P.6dac (167) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6dad (168) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6dae (169) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6daf (170) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

☒ *Sí (1)* *No (2)*
NS/NC (0)

P.6dag (172) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1) *Varias (5)*
La Leyenda Amarilla (2) *Otros (6)*
La Leyenda Blanca (3) *Ninguno (7)*
Dictadura franquista (4)
NS/NC (0)

P.6daaa (165) País:

Francia (1)
Reino Unido (2)
Alemania (3)
Italia (4)
Otros (5)
Varios (6)
NS/NC (0)

P.6dah (173) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

☒ *Sí (1)* *No (2)*
NS/NC (0)

P.6dafa (171), P.6daha (174) Sugiere la región de:

Galicia (1) *Andalucía (11)*
Asturias (2) *Ceuta y Melilla (12)*
Cantabria (3) *Canarias (13)*
País Vasco (4) *Extremadura (14)*
Navarra (5) *Castilla y León (15)*
Aragón (6) *La Rioja (16)*
Cataluña (7) *Castilla-La Mancha (17)*
Valencia (8) *Madrid (18)*
Baleares (9) *Gibraltar (19)*
Murcia (10) *Plazas de soberanía (20)*
Otros (21)
NS/NC (0)

GRUPO 6db

P.6dba (176) El actor que le da vida, es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.6dbb (178) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.6dbc (179) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6dbd (180) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6dbe (181) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6dbf (182) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6dbg (184) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

La Leyenda Amarilla (2)

La Leyenda Blanca (3)

Dictadura franquista (4)

Varias (5)

Otros (6)

Ninguno (7)

NS/NC (0)

P.6dbaa (177) País:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.6dbh (185) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.6dbfa (183), P.6dbha (186) Sugiere la región de:

Galicia (1)

Asturias (2)

Cantabria (3)

País Vasco (4)

Navarra (5)

Aragón (6)

Cataluña (7)

Valencia (8)

Baleares (9)

Murcia (10)

Andalucía (11)

Ceuta y Melilla (12)

Canarias (13)

Extremadura (14)

Castilla y León (15)

La Rioja (16)

Castilla-La Mancha (17)

Madrid (18)

Gibraltar (19)

Plazas de soberanía (20)

Otros (21)

NS/NC (0)

GRUPO 6ea

P.6eaa (189) El actor que le da vida, es:

Iberoamericano (1)
Árabe (2)
Europeo (3)
Estadounidense (4)
Español (5)
Otros (6)
NS/NC (0)

P.6eab (191) El personaje es:

Hombre (1) *Mujer (2)* *Otros (3)*
NS/NC (0)

P.6eac (192) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6ead (193) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6eae (194) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6eaf (195) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6eag (197) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1) *Varias (5)*
La Leyenda Amarilla (2) *Otros (6)*
La Leyenda Blanca (3) *Ninguno (7)*
Dictadura franquista (4)
NS/NC (0)

P.6eaaa (190) País:

Francia (1)
Reino Unido (2)
Alemania (3)
Italia (4)
Otros (5)
Varios (6)
NS/NC (0)

P.6eah (198) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) *No (2)*
NS/NC (0)

P.6eafa (196), P.6eaha (199) Sugiere la región de:

Galicia (1) *Andalucía (11)*
Asturias (2) *Ceuta y Melilla (12)*
Cantabria (3) *Canarias (13)*
País Vasco (4) *Extremadura (14)*
Navarra (5) *Castilla y León (15)*
Aragón (6) *La Rioja (16)*
Cataluña (7) *Castilla-La Mancha (17)*
Valencia (8) *Madrid (18)*
Baleares (9) *Gibraltar (19)*
Murcia (10) *Plazas de soberanía (20)*
Otros (21)
NS/NC (0)

2.6 Análisis de los actores

P.7 (200) ¿Un actor español interpreta algún personaje?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)



P.7a (201) ¿Algún perseguidor es interpretado por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7b (222) ¿Algún salvador es interpretado por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7c (233) ¿Alguna víctima es interpretada por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7d (254) ¿Algún personaje circunstancial es interpretado por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7aa (202) El perseguidor principal, ¿es interpretado por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7ab (212) El perseguidor secundario, ¿es interpretado por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7ba (223) El salvador principal, ¿es interpretado por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7bb (230) El salvador secundario, ¿es interpretado por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7ca (234) La víctima principal, ¿es interpretada por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7cb (244) La víctima secundaria, ¿es interpretada por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7da (255) Algún personaje circunstancial, ¿es interpretado por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

P.7db (265) ¿Algún otro personaje circunstancial es interpretado por un actor español?

Sí (1)

No (2)

NS/NC (0)

GRUPO 7aa

P.7aaa (203) El personaje que interpreta es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.7aaaa (204) País:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.7aab (205) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.7aag (210) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

Varias (5)

La Leyenda Amarilla (2)

Otros (6)

La Leyenda Blanca (3)

Ninguno (7)

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.7aac (206) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7aah (211) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7aad (207) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7aae (208) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7aaf (209) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

GRUPO 7ab

P.7aba (213) El personaje que interpreta es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.7abaa (214) País:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.7abb (215) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.7abh (220) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

Varias (5)

La Leyenda Amarilla (2)

Otros (6)

La Leyenda Blanca (3)

Ninguno (7)

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.7abc (216) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7abg (221) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7abd (217) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7abe (218) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7abf (219) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

GRUPO 7ba

P.7baa (224) El personaje que interpreta es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.7baaa (225) País:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.7bab (226) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.7bag (231) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

Varias (5)

La Leyenda Amarilla (2)

Otros (6)

La Leyenda Blanca (3)

Ninguno (7)

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.7bac (227) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7bah (232) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7bad (228) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7bae (229) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7baf (230) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

GRUPO 7bb

P.7bba (235) El personaje que interpreta es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.7bbaa (236) País:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.7bbb (237) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.7bbg (242) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

Varias (5)

La Leyenda Amarilla (2)

Otros (6)

La Leyenda Blanca (3)

Ninguno (7)

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.7bbc (238) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7bbh (243) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7bbd (239) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7bbe (240) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7bbf (241) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

GRUPO 7ca

P.7caa (245) El personaje que interpreta es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.7caaa (246) País:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.7cab (247) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.7cag (252) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

Varias (5)

La Leyenda Amarilla (2)

Otros (6)

La Leyenda Blanca (3)

Ninguno (7)

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.7cac (248) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7cah (253) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7cad (249) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7cae (250) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7caf (251) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

GRUPO 7cb

P.7cba (256) El personaje que interpreta es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.7cbaa (257) País:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.7cbb (258) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.7cbg (263) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

Varias (5)

La Leyenda Amarilla (2)

Otros (6)

La Leyenda Blanca (3)

Ninguno (7)

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.7cbc (259) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7cbh (264) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7cbd (260) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7cbe (261) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7cbf (262) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

GRUPO 7da

P.7daa (266) El personaje que interpreta es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.7daaa (267) País:

Francia (1)

Reino Unido (2)

Alemania (3)

Italia (4)

Otros (5)

Varios (6)

NS/NC (0)

P.7dab (268) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.7dag (273) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

Varias (5)

La Leyenda Amarilla (2)

Otros (6)

La Leyenda Blanca (3)

Ninguno (7)

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.7dac (269) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7dah (274) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7dad (270) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7dae (271) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7daf (272) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

GRUPO 7db

P.7dba (268) El personaje que interpreta es:

Iberoamericano (1)

Árabe (2)

Europeo (3)

Estadounidense (4)

Español (5)

Otros (6)

NS/NC (0)

P.7dbb (270) El personaje es:

Hombre (1) Mujer (2) Otros (3)

NS/NC (0)

P.7dbc (271) El personaje, ¿consigue sus objetivos?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7dbd (272) El personaje, ¿muere a lo largo de la trama?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7dbe (273) El personaje, ¿tiene alguna caracterización física?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7dbf (274) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en la indumentaria?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

P.7dbg (275) La imagen mostrada, se muestra bajo el paraguas de:

La Leyenda Negra (1)

Varias (5)

La Leyenda Amarilla (2)

Otros (6)

La Leyenda Blanca (3)

Ninguno (7)

Dictadura franquista (4)

NS/NC (0)

P.7dbh (276) El personaje, ¿tiene alguna caracterización en al habla?

Sí (1) No (2)

NS/NC (0)

10.3 LISTADO DE PELÍCULAS ANALIZADAS

Las películas que aparecen a continuación, conforman el total de la muestra de investigación de esta tesis doctoral: 1620 largometrajes enumerados alfabéticamente y en dos columnas de alineación:

- 300
- 1408
- *¡Qué bello es vivir!*
- *¿Quién mató a Roger Rabbit?*
- 007- *Casino Royal*
- 007- *Quantum of Solace*
- 007- *Al servicio secreto de su majestad*
- 007- *Alta tensión*
- 007- *Contra el doctor No*
- 007- *Desde Rusia con amor*
- 007- *Diamantes para la eternidad*
- 007- *El hombre de la pistola de oro*
- 007- *El mañana nunca muere*
- 007- *El mundo nunca es suficiente*
- 007- *Goldeneye*
- 007- *James Bond contra Goldfinger*
- 007- *La espía que me amó*
- 007- *Licencia para matar*
- 007- *Moonraker*
- 007- *Muere otro día*
- 007- *Nunca digas nunca jamás*
- 007- *Octopussy*
- 007- *Operación trueno*
- 007- *Panorama para matar*
- 007- *Solo para sus ojos*
- 007- *Solo se vive dos veces*
- 007- *Vive y deja morir*
- 10.000 A.C.
- 1492: *La Conquista del Paraíso*
- 15 Minutos
- 16 calles
- 20.000 leguas de viaje submarino
- 2001, *una odisea en el espacio*
- 27 vestidos
- 28 días después
- 28 semanas después
- 30 días de oscuridad
- 50 primeras citas
- 52, *Vive o muere*
- 55 días en Pekin
- 800 héroes
- 88 Minutos
- 9 Días
- *A bayoneta calada*
- *A contrareloj*
- *A todo gas*
- *A través del Pacífico*
- *Abierto hasta el amanecer I*
- *Abierto hasta el amanecer II*
- *Abierto hasta el amanecer III*
- *Acción civil*
- *Ace Ventura I. Detective de mascotas*
- *Ace Ventura II. Operación África*
- *Adios muñeca*
- *Aeon Flux*
- *Agente secreto*
- *Aguirre, el cólera de Dios*
- *Air Force One*
- *Al caer el sol*
- *Al diablo con el diablo*
- *Al límite de la verdad*
- *Alarma en el expreso*
- *Alejandro Magno*
- *Alemania año cero*
- *Alfie*
- *Algo pasa con Mary*
- *Alguien voló sobre el nido del cuco*
- *Algunos hombres buenos*
- *Alí Babá y los cuarenta ladrones*
- *Ali G*
- *Alicia en el país de las maravillas*
- *Alien I. El octavo pasajero*
- *Alien II. El regreso*
- *Alien III*
- *Alien IV. Resurrección*
- *Alien vs Predator I*
- *Alien vs Predator II*
- *Almas en la hoguera*
- *Alone in the dark*
- *Alto o mi madre dispara*
- *Alvin y las ardillas*
- *American Beauty*
- *American Gigoló*
- *American Outlaws*
- *American Pie I*
- *American Pie II*
- *American Pie III*
- *American Pie IV*
- *American Pie V*
- *Amistad*
- *Amor en conserva*
- *Amor y otros desastres*
- *Análisis final*
- *Anatomía de un asesinato*
- *Angel o diablo*
- *Angeles y Demonios*
- *Annie Hall*
- *Antes que el diablo sepa que has muerto*
- *Apache*
- *Apartamento para tres*
- *Apocalipto*
- *Apocalypse Now Redux*
- *Apostando al límite*
- *Appaloosa*
- *Aprendiz de caballero*
- *Arde París*
- *Arlintong Road*
- *Arma fatal*
- *Arma letal I*
- *Arma letal II*

- *Arma letal III*
- *Arma letal IV*
- *Armageddon*
- *Armageddon*
- *Armas al hombro*
- *Arsene Lupin*
- *Arsénico con compasión*
- *Asalto al Distrito 13*
- *Asalto al tren del dinero*
- *Ases calientes*
- *Ases del cielo*
- *Asesinato*
- *Asesinato 1-2-3*
- *Asesinato en el Orient Express*
- *Asesinato en la Casa Blanca*
- *Asesinato justo*
- *Asesinos natos*
- *Asuntos sucios*
- *Atila, el huno*
- *Atila, rey de los hunos*
- *Atormentada*
- *Atraco perfecto*
- *Atrapa a un ladrón*
- *Atrapadas por la mafia*
- *Atrapado en un pirado*
- *Atrapan al ladrón, al blanco o al negro*
- *Austin Powers I. Misterioso agente internacional*
- *Austin Powers II. La espía que me achuchó*
- *Austin Powers III. El miembro de oro*
- *Australia*
- *Aventuras en la corte del Rey Arturo*
- *Axterix en los juegos olímpicos*
- *Axterix y Obelix I. Contra el César*
- *Axterix y Obelix II. Misión Cleopatra*
- *Bailando con lobos*
- *Bajo sospecha*
- *Bambi*
- *Banderas de nuestros padres*
- *Bandidas*
- *Bangkok Dangerous*
- *Basic*
- *Batman I*
- *Batman II. Batman Returns*
- *Batman III. Batman Forever*
- *Batman IV. Batman y Robin*
- *Batman V. Batman Begins*
- *Batman VI. El señor oscuro*
- *Battlestar Galactica*
- *Be Cool*
- *Bee Movie*
- *Beetlejuice*
- *Ben-Hur*
- *Beowulf*
- *Bichos*
- *Biggles, el viajero del tiempo*
- *Black Rain*
- *BlackHaut, derribado*
- *Blade I*
- *Blade II*
- *Blade III. Trinity*
- *Blade Runner*
- *Boggie Nights*
- *Bolt*
- *Bonnie and Clyde*
- *Bowling for Colombine*
- *BraveHeart*
- *Bridget Jones I. El diario de Bridget Jones*
- *Bridget Jones II. Sobreviviré*
- *Brigada 21 Kirk*
- *Brokeback Mountain*
- *Buenas noches y buena suerte*
- *C.S.I. La Película*
- *Caballero sin espada*
- *Calígula*
- *Callejón sin salida*
- *Camino de Santa Fé*
- *Campanadas a media noche*
- *Campo de batalla, la Tierra*
- *Candilejas*
- *Cantando bajo la lluvia*
- *Cantinflas - Don Quijote cabalga de nuevo*
- *Cantinflas - Un Quijote sin mancha*
- *Cantinflas, en los tres mosqueteros*
- *Caos*
- *Carretera perdida*
- *Cars*
- *Cartas desde Iwo Jima*
- *Casablanca*
- *Casco de acero*
- *Casi 300*
- *Casino Royale*
- *Catwoman*
- *Cayo Largo*
- *Cazafantasmas I*
- *Cazafantasmas II*
- *Cellular*
- *Cenizas y diamantes*
- *Cerdos salvajes. Con un par de ruedas*
- *Chacal*
- *Chantaje*
- *Charada*
- *Charlie y la fábrica de chocolate*
- *Ché Guerrilla*
- *Ché, el Argentino*
- *Chicago*
- *Chicago, años '30*
- *Chinatown*
- *Ciudad sin ley*
- *Ciudadano Kane*
- *Cleopatra*
- *Cleopatra*
- *Cobra*
- *Cocodrilo Dundee I*
- *Cocodrilo Dundee II*
- *Cocodrilo Dundee III. En Nueva York*
- *Código 46*
- *Código del Hampa*
- *Coge el dinero y corre*
- *Cold Mountain*
- *Colgado de Sara*
- *Colores de guerra*
- *Como Dios*
- *Como locos por el oro*
- *Con faldas y a lo loco*
- *Con la muerte en los talones*
- *Con los ojos del corazón*
- *Conair*
- *Conan I. El bárbaro*
- *Conan II. El destructor*
- *Confidence*
- *Constantine*
- *Coocon I*
- *Coocon II, el retorno*
- *Cop Land*
- *Copycat*
- *Corazón de tinta*
- *Corazones solitarios*
- *Cortocircuito I*
- *Cortocircuito II*
- *Corupción en Miami*
- *Cosas que importan*

- *Cowboy de medianoche*
- *Cowboys de ciudad*
- *Cowboys del espacio*
- *Crank. Veneno en la sangre*
- *Crash*
- *Crimen perfecto*
- *Criminal y decente*
- *Cristal oscuro*
- *Crueldad intolerable*
- *Cruelles intenciones I*
- *Cruelles intenciones III*
- *Cruelles intenciones III*
- *Cruzadas. Atrapado en el pasado*
- *Cuando callan las trompetas*
- *Cuánto me amas*
- *Cuatro mujeres y un destino*
- *Cuentas pendientes*
- *Cyrano de Bergerac*
- *Daño colateral*
- *DareDevil*
- *Das Boot*
- *Davy Crockett, rey de la frontera*
- *Days of glory*
- *De amor y de sombra*
- *De aquí a la eternidad*
- *De ladrón a policía*
- *Death Race - La carrera de la muerte*
- *Deep Impact*
- *Deep Impact*
- *Déjavu*
- *Demolition Man*
- *Dentro del laberinto*
- *Desafío total*
- *Desapariciones*
- *Destacamento Oeste*
- *Destino de caballero*
- *Destino final I*
- *Destino final II*
- *Destino final III*
- *Deuda de sangre*
- *Di que sí*
- *Diamantes de sangre*
- *Diario de una adolescente*
- *Diario de una niñera*
- *Días de gloria*
- *Días de radio*
- *Dicen por ahí*
- *Dick Tracy*
- *Dinero a la fuga*
- *Dinero sucio*
- *Dirty Dancing*
- *Disturbia*
- *Doble traición*
- *Doce hombres sin piedad*
- *Doctor Zhivago*
- *Dogma*
- *Don Quijote cabalga de nuevo*
- *Dos hombres y un destino*
- *Dos policías rebeldes I*
- *Dos policías rebeldes II*
- *Dos rubias de pelo en pecho*
- *Dos tontos muy tontos*
- *Drácula, de Bram Stoker*
- *Dragon Wars*
- *D-Tox. Ojo asesino*
- *Duelo de titanes*
- *Dúplex*
- *Efecto mariposa I*
- *Efecto mariposa II*
- *Ejecucion inminente*
- *El abrazo de la muerte*
- *El acorazado Potemkin*
- *El Álamo*
- *El Álamo*
- *El americano impasible*
- *El amor en los tiempos del cólera*
- *El aprendiz de Merlín*
- *El arca de Noe*
- *El arca rusa*
- *El asesinato de Jesse James por el cobarde Robert Ford*
- *El asesinato de Richard Nixon*
- *El asesinato de Trosky*
- *El asesino*
- *El atraco perfecto*
- *El aviador*
- *El baile de los malditos*
- *El beso de Judas*
- *El buen alemán*
- *El buen pastor*
- *El bueno, el feo y el malo*
- *El burlador de Castilla*
- *El cabo del miedo*
- *El Cairo. Nido de espías*
- *El cantante*
- *El cantor de México*
- *El carnicero*
- *El cartero siempre llama dos veces*
- *El cartero siempre llama dos veces*
- *El caso Bourne*
- *El caso de Thomas Crown*
- *El Caso Litvinenko*
- *El caso Slevin*
- *El caso Wells*
- *El castillo de Fu-Manchú*
- *El cazador de mentes*
- *El chico ideal*
- *El Cid*
- *El cielo y la tierra*
- *El club de la lucha*
- *El coche fantástico*
- *El coche fantástico 2000*
- *El código Da Vinci*
- *El coleccionista de amantes*
- *El coleccionista de huesos*
- *El coloso de Rodas*
- *El Conde de Montecristo*
- *El Conde de Montecristo*
- *El Conde de Montecristo. Grandes relatos*
- *El conquistador de Mongolia*
- *El crepúsculo de los dioses*
- *El cuarto mandamiento*
- *El cuerpo del delito*
- *El curioso caso de Benjamin Button*
- *El custodio*
- *El demonio de las armas*
- *El desafío: Frost contra Nixon*
- *El día de mañana*
- *El diablo viste de Prada*
- *El diario íntimo de Leila*
- *El dilema*
- *El dragón rojo*
- *El efecto mariposa I*
- *El efecto mariposa II*
- *El ejército de las sombras*
- *El enemigo de las rubias - El Inquilino*
- *El enviado*
- *El especialista*
- *El espía*
- *El expreso de Chicago*
- *El extraño*
- *El extraño del tercer piso*

- *El farsante*
- *El filo de la navaja*
- *El fin de los días*
- *El forajido*
- *El fugitivo*
- *El gato negro*
- *El golpe*
- *El graduado*
- *El gran carnaval*
- *El gran despilfarro*
- *El gran dictador*
- *El gran golpe*
- *El gran robo*
- *El gran tipo*
- *El Grinch*
- *El guardaespaldas*
- *El guardaespaldas de la primera dama*
- *El guerrero nº13*
- *El guerrero rojo*
- *El guía del desfiladero*
- *El halcón y la flecha*
- *El halcón del mar*
- *El halcón maltés*
- *El hijo de Espartaco*
- *El hijo de la Pantera Rosa*
- *El hijo de Simbad*
- *El Hobbit*
- *El hombre de Alcatraz*
- *El hombre de Kentucky*
- *El hombre del presidente*
- *El hombre elefante*
- *El hombre invisible*
- *El hombre que sabía demasiado*
- *El hombre tranquilo*
- *El hundimiento*
- *El hundimiento del Titanic*
- *El ilusionista*
- *El impostor*
- *El incidente*
- *El increíble Hulk*
- *El informe pelícano*
- *El inquisidor*
- *El Inspector Clouseau*
- *El inspector Gadget I*
- *El inspector Gadget II*
- *El intercambio*
- *El jardín de la alegría*
- *El jardinero fiel*
- *El jinete pálido*
- *El jovencito Frankenstein*
- *El jurado*
- *El ladrón de Bagdag*
- *El largo y cálido verano*
- *El león de Esparta*
- *El libro de la selva*
- *El libro negro*
- *El magnífico carnicero*
- *El mago de Oz*
- *El maldito oeste*
- *El manuscrito Lovecraft*
- *El mensajero del miedo*
- *El mercader de Venecia*
- *El Ministerio del Miedo*
- *El mito Bourne*
- *El motín del Caine*
- *El muñeco diabólico I*
- *El muñeco diabólico II*
- *El muñeco diabólico III*
- *El muñeco diabólico IV. La novia de Chucky*
- *El muñeco diabólico V. La semilla de Chucky*
- *El nacimiento de una nación*
- *El navegante*
- *El negociador*
- *El niño del pijama de rayas*
- *El novio de mi madre*
- *El nuevo caso del Inspector Clouseau*
- *El número 17*
- *El número 23*
- *El ojo del tigre*
- *El origen del mal*
- *El paciente inglés*
- *El pacificador*
- *El padrino I*
- *El padrino II*
- *El padrino III*
- *El patriota*
- *El pianista*
- *El planeta de los simios I*
- *El planeta de los simios II. Regreso al planeta de los simios*
- *El planeta de los simios III. Huída del planeta de los simios*
- *El planeta de los simios IV. La conquista del planeta de los simios*
- *El planeta de los simios V. La batalla por el planeta de los simios*
- *El planeta de los simios VI*
- *El presidente y Miss Wade*
- *El príncipe y el mendigo*
- *El príncipe y el mendigo*
- *El príncipe y el mendigo*
- *El príncipe y el mendigo*
- *El príncipe y el mendigo*
- *El principito*
- *El proceso*
- *El proceso Paradine*
- *El protector*
- *El puente*
- *El puente de Casandra*
- *El puente de Remagen*
- *El puente de San Luis*
- *El puente sobre el río Kwai*
- *El quinto elemento*
- *El rabino y el pistolero*
- *El regreso de Fu-Manchú*
- *El regreso de la momia*
- *El regreso de la Pantera Rosa*
- *El regreso de los siete magníficos*
- *El regreso del Río Kwai*
- *El reino de los cielos*
- *El reino prohibido*
- *El Rey Arturo*
- *El rey de California*
- *El Rey Escorpión*
- *El Rey León I*
- *El Rey León II*
- *El sastre de Panamá*
- *El secreto de los Hnos. Grimm*
- *El secreto de Thomas Crown*
- *El señor de Ballantry*
- *El señor de la guerra*
- *El señor de los anillos: El Retorno del Rey*
- *El señor de los anillos: La Comunidad del Anillo*
- *El señor de los anillos: Las Dos Torres*
- *El sexto día*
- *El silencio de los corderos*
- *El sonido del trueno*
- *El sorprendente Doctor Clitterhouse*
- *El sueño de Cassandra*

- *El sueño de mi vida*
- *El sustituto*
- *El temible burlón, el pirata rojo*
- *El tercer hombre*
- *El territorio de la bestia*
- *El tirador*
- *El tren*
- *El tren de las 3.10*
- *El triunfo de la voluntad*
- *El truco final*
- *El trueno azul*
- *El ultimatum de Bourne*
- *El último boy scout*
- *El último gran héroe*
- *El último gran mago*
- *El último refugio*
- *El último tango en París*
- *El último torpedo*
- *El último tren a Katanga*
- *El último valle*
- *El valle de la venganza*
- *El viaje fantástico de Simbad*
- *El zorro de los océanos*
- *Elegy*
- *Elektra*
- *Elizabeth. La edad de oro*
- *Embrujada*
- *Emmanuelle I*
- *Emmanuelle II*
- *Emmanuelle III*
- *Emmanuelle IV*
- *Emmanuelle V. Negra*
- *Empiecen la revolución sin mí*
- *En busca de la felicidad*
- *En carne viva*
- *En el corazón de la jungla*
- *En el nombre de la Rosa*
- *En el nombre del rey*
- *En el punto de mira*
- *En la línea de fuego*
- *En tierra de nadie*
- *Encadenados*
- *Encantada. La historia de Giselle*
- *Encuentros en la tercera fase*
- *Enfrentados*
- *Entonces llegó Ella*
- *Entrevista con el vampiro*
- *Enviado Especial*
- *Eragon*
- *Érase una vez un cuento al revés*
- *Eraser*
- *Escondidos en Brujas*
- *Escuadrón 633*
- *Ese poli es un panoli*
- *Espartaco*
- *Espías en la sombra*
- *Esta abuela es un peligro I*
- *Esta abuela es un peligro II*
- *Estación Polar Cebra*
- *Estado crítico*
- *ET. Extraterrestre*
- *Eva al desnudo*
- *Evasion o victoria*
- *Extraños en un tren*
- *Eyes Wide Shut*
- *Falsas apariencias*
- *Falso culpable*
- *Fanático*
- *Fahrenheit 9/11*
- *Fargo*
- *Fast & Furious - Aún más rápido*
- *Fiebre del sábado noche*
- *Fiesta*
- *Firewall*
- *Forajidos*
- *Fracture*
- *Franklin y el tesoro del lago*
- *Fraude*
- *Frecuency*
- *Frida*
- *Fuego en el cuerpo*
- *Fuego en la nieve*
- *Fuego sobre Bagdad*
- *Fuerza 10 de Navarone*
- *Fuerza bruta*
- *Fuga de Alcatraz*
- *Fu-Manchú y el beso de la muerte*
- *Gallipoli*
- *Gangs of New York*
- *George de la jungla I*
- *George de la jungla II*
- *Get Carter. Asesino implacable*
- *Ghost*
- *Ghost Rider - El motorista fantasma*
- *Gia*
- *Gigoló*
- *Gilda*
- *Giro inesperado*
- *Gladiator*
- *Gomorra*
- *Good*
- *Gran Torino*
- *Granujas de medio pelo*
- *Grease*
- *Guerra de novias*
- *Guerrero nº13*
- *Habitación sin salida I*
- *Habitación sin salida II*
- *Hackers, piratas informáticos*
- *Hamlet*
- *Hannah Montana*
- *Hannah y sus hermanas*
- *Hannibal*
- *Happy Feet*
- *Harry el fuerte*
- *Harry el sucio, licencia para matar*
- *Harry Potter y el cáliz de fuego*
- *Harry Potter y el misterio del príncipe*
- *Harry Potter y el prisionero de Azkaban*
- *Harry Potter y la cámara secreta*
- *Harry Potter y la Orden del Fénix*
- *Harry Potter y la piedra filosofal*
- *Hasta donde los pies me lleven*
- *Hasta que el cura nos separe*
- *Hasta que la muerte los separe*
- *Heat*
- *Hechizo en la ruta maya*
- *Hellboy I*
- *Hellboy II. El ejército dorado*
- *Herbie, a tope*
- *Herbie, ahí va ese bólico*
- *Herbie, en el Gran Prix de Montecarlo*
- *Herbie, torero*
- *Herbie, un volante loco*
- *Héroes del aire*
- *High School Musical I*
- *High School Musical II*
- *High School Musical III*
- *Hijos de los hombres*
- *Hijos de un mismo dios*
- *Historia de un secuestro*
- *Historias de Manhattan*

- *Hitch, experto en ligues*
- *Hitman*
- *Hollywood, departamento de homicidios*
- *Hora punta I*
- *Hora punta II*
- *Hora punta III*
- *Horas desesperadas*
- *Horizontes lejanos*
- *Hostage*
- *Hotel ruanda*
- *Hulk*
- *Hundid El Bismark*
- *Huracán Carter*
- *Ice Age I*
- *Ice Age II. El deshielo*
- *Impacto profundo*
- *Independence Day*
- *Indiana Jones I*
- *Indiana Jones II*
- *Indiana Jones III*
- *Indiana Jones IV. El Reino de la Calavera de Cristal (2008)*
- *Infierno en las nubes*
- *Infiltrados*
- *Inocencia interrumpida*
- *Inocencia y juventud*
- *Insomnio*
- *Instinto Básico I*
- *Instinto Básico II*
- *Inteligencia artificial*
- *Interiores*
- *Invasión*
- *Iron Man*
- *Irreversible*
- *Jack Frost*
- *Jasón y los Argonautas*
- *Jersey Girl*
- *JFK*
- *Joe Kidd*
- *John Rambo. Vuelta al infierno*
- *Johnny cogió su fusil*
- *Johnny English*
- *Juego de Patriotas*
- *Juego peligroso*
- *Juegos salvajes I*
- *Juegos salvajes II*
- *Juegos salvajes II*
- *Juez Dredd*
- *Jumanji*
- *Junio*
- *Justicia y venganza*
- *Kill Bill I*
- *Kill Bill II*
- *Kim de la India*
- *King Kong*
- *King Kong*
- *Knight Rider 2010*
- *K-Pax*
- *L.A. Confidential*
- *La batalla de Hadiza*
- *La batalla de Inglaterra*
- *La batalla de las Ardenas*
- *La batalla de las colinas del whisky*
- *La batalla de Midway*
- *La batalla del Río de la Plata*
- *La Biblia, en su principio*
- *La boda de mi mejor amigo*
- *La boda de Rachel*
- *La brújula dorada I*
- *La búsqueda I*
- *La búsqueda II*
- *La caída del Imperio Romano*
- *La calle del adiós*
- *La calle del misterio*
- *La camarera*
- *La carga de la brigada ligera*
- *La carrera del siglo*
- *La casa del lago*
- *La casa roja*
- *La caza del Aguila Uno*
- *La caza del Octubre Rojo*
- *La chaqueta metálica*
- *La ciudad de los fantasmas*
- *La colina de los diablos de acero*
- *La comedia sexual de una noche de verano*
- *La condesa descalza*
- *La conspiración del pánico*
- *La cortina de humo*
- *La cortina rasgada*
- *La cosecha*
- *La cosecha del hielo*
- *La cruz de hierro*
- *La cuadrilla de los once*
- *La dalia negra*
- *La dama de Shangai*
- *La duquesa*
- *La duquesa de Langeais*
- *La escalera de caracol*
- *La fuga de Alcatraz*
- *La Gran Esperanza*
- *La gran estafa*
- *La gran evasión*
- *La gran jornada*
- *La gran juerga*
- *La guerra de Charlie Wilson*
- *La guerra de las galaxias I. La amenaza fantasma*
- *La guerra de las galaxias II. El ataque de los clones*
- *La guerra de las galaxias III. La venganza de los Sith*
- *La guerra de las galaxias IV. La estrella de la muerte*
- *La guerra de las galaxias V. El imperio contraataca*
- *La guerra de las galaxias VI. El retorno del Jedi*
- *La guerra de los mundos*
- *La guerra de los mundos*
- *La guerra de los pacificadores*
- *La historia interminable I*
- *La historia interminable II*
- *La historia interminable III*
- *La hora de la araña*
- *La huella*
- *La huella de un recuerdo*
- *La huida*
- *La huida- The gateway*
- *La intérprete*
- *La Isla*
- *La isla de los nazis*
- *La isla del tesoro*
- *La isla del tesoro*
- *La isla del tesoro*
- *La isla del tesoro*
- *La isla del tesoro*
- *La isla del tesoro*
- *La isla los corsarios*
- *La joven de la perla*
- *La jungla de asfalto*
- *La jungla de cristal I*
- *La jungla de cristal II. Alerta roja*
- *La jungla de cristal III. La venganza*

- *La jungla de cristal IV. La jungla 4.0*
- *La legión invencible*
- *La lengua asesina*
- *La letra escarlata*
- *La ley de la calle*
- *La ley de la fuerza*
- *La ley del silencio*
- *La leyenda de la ciudad sin nombre*
- *La leyenda del llanero solitario*
- *La leyenda del Minotauro*
- *La leyenda del Zorro*
- *La Liga de los Hombres Extraordinarios*
- *La lista*
- *La lista de Schindler*
- *La llorona*
- *La maldición de la Pantera Rosa*
- *La maldición de la tumba de Tutankamon*
- *La maldición del escorpión de Jade*
- *La máquina del tiempo*
- *La máscara de Fu-Manchú*
- *La máscara del Zorro*
- *La milla verde*
- *La momia*
- *La Momia III. La tumba del Emperador Dragón*
- *La muerte de un presidente*
- *La muerte os sienta tan bien*
- *La muerte tenía un precio*
- *La mujer de rojo*
- *La mujer del cuadro*
- *La mujer del granjero*
- *La naranaja mecánica*
- *La noche de los generales*
- *La noche del Zorro*
- *La novena puerta*
- *La novia del presidente*
- *La odisea de Ulises*
- *La Pantera Rosa*
- *La Pantera Rosa 2006*
- *La Pantera Rosa ataca de nuevo*
- *La pareja del año*
- *La pasión de Cristo*
- *La patrulla perdida*
- *La posada de Jamaica*
- *La presa*
- *La profecía I*
- *La profecía II. La maldición de Damien*
- *La profecía III. El final de Damien*
- *La profecía IV. 666*
- *La prueba*
- *La quimera de oro*
- *La quinta ofensiva*
- *La reina de África*
- *La reina Margot*
- *La roca*
- *La rosa púrpura del Cairo*
- *La senda tenebrosa*
- *La señora Doubtfire*
- *La sogá*
- *La sombra de la sospecha*
- *La sombra de un secuestro*
- *La sombra de una duda*
- *La sombra del cazador*
- *La sombra del reino*
- *La terminal*
- *La tierra olvidada por el tiempo*
- *La Trampa*
- *La trampa del asesino*
- *La última batalla*
- *La última legión*
- *La última noche de Boris Grushenko*
- *La última señal*
- *La última tentación de Cristo*
- *La vecina de al lado*
- *La venganza de Fu-Manchú*
- *La venganza de Hércules*
- *La venganza de la Pantera Rosa*
- *La venganza del Conde de Montecristo*
- *La ventana indiscreta*
- *La vida es bella*
- *La vida secreta de Sherlock Holmes*
- *La vuelta al mundo en 80 días*
- *La vuelta al mundo en 80 días*
- *La zona gris*
- *Laberinto de sexo y muerte*
- *Labios ardientes*
- *Ladrones de mentes*
- *Las águilas azules*
- *Las crónicas de Narnia I*
- *Las crónicas de Narnia II*
- *Las crónicas de Riddick*
- *Las crónicas de Spiderwick*
- *Las guerras de los pacificadores*
- *Las hermanas*
- *Las hermanas Bolena*
- *Las locas aventuras de un hombre invisible*
- *Las locas vacaciones europeas de una chiflada familia americana*
- *Las mil y una noches*
- *Las minas del rey Salomón*
- *Las mujeres perfectas*
- *Las mujeres vikingo y la serpiente del mar*
- *Las novias de Fu-Manchú*
- *Las reglas del juego*
- *Las tortugas ninja I*
- *Las tortugas ninja II. El secreto de los mocos verdes*
- *Las tortugas ninja III*
- *Las últimas vacaciones*
- *Las uvas de la ira*
- *Las vacaciones de Mr.Bean*
- *Lawrance de Arabia*
- *Lejos de la tierra quemada*
- *Leones por corderos*
- *Leyenda urbana I*
- *Leyenda urbana II*
- *Leyenda urbana III*
- *Licencia para matar*
- *Lío embarazoso*
- *Lo mejor es lo malo conocido - Ricos y extraños*
- *Lo que el viento se llevó*
- *Lo que la verdad esconde*
- *Lobezno, los orígenes*
- *Loca academia de policía I*
- *Loca academia de policía II*
- *Loca academia de policía III*
- *Loca academia de policía IV*
- *Loca academia de policía V*
- *Loca academia de policía VI*
- *Loca academia de policía VII*
- *Locos de remate*
- *Locos del aire*
- *Los pequeños extraterrestres*
- *Los 300 espartanos*
- *Los 39 escalones*
- *Los 4 fantásticos I*
- *Los 4 fantásticos y Silver Surfer*
- *Los Ángeles de Charlie I*
- *Los Ángeles de Charlie II. Al límite*
- *Los caballeros de la mesa cuadrada*
- *Los cañones de Navarone*

- *Los cuentos de Canterbury*
- *Los Dalton contra Lucky Luke*
- *Los diez mandamientos*
- *Los doce del patíbulo*
- *Los falsificadores*
- *Los Goonies*
- *Los increíbles*
- *Los inmortales I*
- *Los inmortales II*
- *Los inmortales III*
- *Los inmortales IV*
- *Los intocables de Eliot Ness*
- *Los jueces de la Biblia*
- *Los juicios de Nuremberg*
- *Los leopardos de Churchill*
- *Los ojos muertos de Londres*
- *Los otros*
- *Los pacientes de un psiquiatra en apuros*
- *Los padres de él*
- *Los padres de ella*
- *Los padrinos del novio*
- *Los pájaros*
- *Los panzers de la muerte*
- *Los pequeños extraterrestres*
- *Los Picapiedra en Viva Rock Las Vegas*
- *Los piratas del mar del Caribe*
- *Los productores*
- *Los profesionales*
- *Los protectores*
- *Los puentes de Madison*
- *Los que no perdonan*
- *Los que saben morir*
- *Los seis signos de la luz*
- *Los siete machos*
- *Los siete magníficos*
- *Los Simpson*
- *Los timadores*
- *Los Totenwackers*
- *Los tres mosqueteros*
- *Los Tudor*
- *Los últimos días de Pompeya*
- *Los viajes de Gulliver*
- *Los violentos años veinte*
- *Love Actually*
- *Love Story*
- *Luces de la ciudad*
- *L'ultimo capodanno*
- *Luna nueva*
- *Macbeth*
- *Mad City*
- *Madagascar I*
- *Madagascar II*
- *Mago de Oz*
- *Málena*
- *Mamma Mia*
- *Manuale D'amore 2*
- *Marco Polo*
- *Marco Polo*
- *Marea roja*
- *Marnie, la ladrona*
- *Mary Poppins*
- *Más allá de las nubes*
- *Más falsas apariencias*
- *Master&Commander*
- *Matar a un Ruiseñor*
- *Match Point*
- *Matrimonio compulsivo*
- *Matrix I*
- *Matrix II. Reloaded*
- *Matrix III. Revolution*
- *Maverick*
- *Max Mad I*
- *Max Mad II*
- *Max Mad III*
- *Melinda y Melinda*
- *Melissa P.*
- *Memorias de África*
- *Men in Black I*
- *Men in Black II*
- *Mentiras arriesgadas*
- *Mercado de ladrones*
- *Metropolis*
- *Mi novia es una extraterrestre*
- *Mi novio es un ladrón*
- *Mi vida es una ruina*
- *Michael Clayton*
- *Mickie ojos azules*
- *Million Dollar Baby*
- *Minority Report*
- *Mis dobles, mi mujer y yo*
- *Misión Imposible I*
- *Misión Imposible II*
- *Misión Imposible III*
- *Miss agente especial I*
- *Miss agente especial II. Armada y fabulosa*
- *Misterio en el barco perdido*
- *Misterioso asesinato en Manhattan*
- *Moby Dick*
- *Mongol*
- *Monstruos S.A.*
- *Monstruoso*
- *Monty Python, los héroes del tiempo*
- *Mothman, la última profecía*
- *Mr. Brooks*
- *Mr. Deeds*
- *Muerte de un presidente*
- *Munitch*
- *Murieron con las botas puestas*
- *Napoleón*
- *Naufragos*
- *Negociador*
- *Negocios de guerra*
- *Next*
- *Next Door*
- *No es país para viejos*
- *No me chilles que no te veo*
- *No somos ángeles*
- *No tan duro de pelar*
- *Noche en el museo I*
- *Noche en el museo II*
- *Noches de tormenta*
- *Nos mudamos*
- *Notting Hill*
- *Novia a la fuga*
- *Nueve semanas y media*
- *Brother*
- *Objetivo Birmania*
- *Ocean's Eleven*
- *Ocean's Twelve*
- *Oceans Thirteen*
- *Oficial y caballero*
- *Olympia*
- *Open Range*
- *Operación Elefante*
- *Operación Swordfish*
- *Orgullo y pasión*
- *Orgullo y prejuicio*
- *Os declaro marido y marido*
- *Othello*
- *Othello*
- *Otra mujer*
- *Otra terapia peligrosa*

- *Pactar con el diablo*
- *Palacio Real*
- *Pánico en el túnel*
- *Pánico en escena*
- *Pánico nuclear*
- *Papá por sorpresa*
- *Parque jurásico I*
- *Parque jurásico II*
- *Parque jurásico III*
- *Pasaje para Marsella*
- *Paso de ti*
- *Passengers*
- *Patos salvajes*
- *PayBack*
- *PayCheck*
- *Pearl Harbour*
- *Peggy Sue se casó*
- *Pequeños guerreros*
- *Perdición*
- *Peregrinos*
- *Pero, quién mató a Harry*
- *Persecución mortal*
- *Perseguido*
- *Persepolis*
- *Philadelphia*
- *Pilot Guides - Norte de España*
- *Pilot Guides - Sur de España*
- *Piratas del Caribe I. La maldición de la perla negra*
- *Piratas del Caribe II. El cofre del hombre muerto*
- *Piratas del Caribe III. En el fin del mundo*
- *Plan de vuelo: Desaparecida*
- *Plan oculto*
- *Plumas de Caballo*
- *Poder absoluto*
- *Poderosa Afrodita*
- *Por quién doblan las campanas*
- *Por un puñado de dólares*
- *Posdata, te quiero*
- *Premonition. 7 Días*
- *Presunto inocente*
- *Pretty Woman*
- *Primera victoria*
- *Princesa por sorpresa I*
- *Princesa por sorpresa II*
- *Prisioneras de guerra*
- *Promesas del Este*
- *Prueba de vida*
- *Psicosis*
- *Puente sobre el Río Kwai*
- *Pulp Fiction*
- *Quarantine*
- *Que viene Valdez*
- *Quo Vadis*
- *Rabia interior*
- *Rambo I. Acorralado*
- *Rambo II*
- *Rambo III*
- *Rashomon*
- *Rasputin*
- *Rastro oculto*
- *Ratatouille*
- *Rebeldes sin causa*
- *Rebelión en la isla*
- *Recuerda*
- *Red de mentiras*
- *Reflejos*
- *Regresaron tres*
- *Regreso al futuro I*
- *Regreso al futuro II*
- *Regreso al futuro III*
- *Resident Evil I*
- *Resident Evil II*
- *Resistencia*
- *Resplandor en la oscuridad*
- *Retorno al abismo*
- *Rio Bravo*
- *Rko 281 - La batalla por Ciudadano Kane (1999)*
- *Robin de los bosques*
- *Robin Hood*
- *Robin Hood, las locas aventuras*
- *Robin Hood. Príncipe de los ladrones*
- *Robin y Marian*
- *Robocop I*
- *Robocop II*
- *Robocop III*
- *Rocketeer*
- *Rocky I*
- *Rocky II*
- *Rocky III*
- *Rocky IV*
- *Rocky V*
- *Rocky VI*
- *Rommel, el zorro del desierto*
- *Rómulo y Remo*
- *Ronin*
- *Rudo y Cursi*
- *Sabotaje*
- *Sabotaje*
- *Sáhara*
- *Salvar al soldado Ryan*
- *Sansón y Dalila*
- *Saw I*
- *Saw II*
- *Saw III*
- *Saw IV*
- *Saw V*
- *Scary Movie I*
- *Scary Movie II*
- *Scary Movie III*
- *Scary Movie IV*
- *Scooby-Doo I*
- *Scooby-Doo II*
- *Scoop*
- *Scream I*
- *Scream II*
- *Scream III*
- *Scrooged*
- *Sé lo que hicistéis el último verano I*
- *Sé lo que hicistéis el último verano II*
- *Sé lo que hicistéis el último verano III*
- *Secretos de familia*
- *Sed de mal*
- *Seduciendo a un extraño*
- *Seguridad Nacional*
- *Sentencia de muerte*
- *Señales*
- *Señales del futuro*
- *Señor y Señora Smith*
- *Septimo de caballería*
- *Sexo en Nueva York*
- *Shade, un juego de asesinos*
- *Shoot Em Up - En el punto de mira*
- *Showtime*
- *Shreck I*
- *Shreck II*
- *Shreck III. Shreck Tercero*
- *Siete almas*
- *Siete días de mayo*
- *Sillas de montar calientes*

- *Simbad el marino*
- *Simbad y la Princesa*
- *Simbad. La leyenda de los siete mares*
- *Sin City*
- *Sin novedad en el Alcázar*
- *Sin perdón*
- *Sin reservas*
- *Sinuhé, el egipcio*
- *Sinuhé, el egipcio*
- *Sister Act I*
- *Sister Act II*
- *Sleepers*
- *Snake eyes. Ojos de serpiente*
- *Socorro! Ya es Navidad*
- *Solo ante el peligro*
- *Sombras y niebla*
- *Soñadores*
- *Sospecha*
- *Soy espía*
- *Soy leyenda*
- *Soy un fugitivo*
- *Space Balls. La loca historia de las galaxias*
- *Spanglish*
- *Spiderman I*
- *Spiderman II*
- *Spiderman III*
- *Stalingrado*
- *Star Trek I*
- *Star Trek II. La ira del Khan*
- *Star Trek III. En busca de Spock*
- *Star Trek IV. Misión, salvar la Tierra*
- *Star Trek IX. Insurrección*
- *Star Trek V. La última frontera*
- *Star Trek VI. Aquel país desconocido*
- *Star Trek VII - La próxima generación*
- *Star Trek VIII. Primer contacto*
- *Star Trek X. Némesis*
- *Stardust*
- *Stargate*
- *Starship Troopers I*
- *Starship Troopers II*
- *Starsky & Hutch*
- *Street Fighter. La batalla final*
- *Su juguete preferido*
- *Su majestad de los mares del Sur*
- *Sucedió en Manhattan*
- *Sucedió una noche*
- *Superdetective en Hollywood I*
- *Superdetective en Hollywood II*
- *Superdetective en Hollywood III*
- *Supergirl*
- *Superman I*
- *Superman II*
- *Superman III*
- *Superman IV*
- *Superman VI. Returns*
- *Superpoli de centro comercial*
- *Swat*
- *Syriana*
- *Taboo*
- *También somos seres humanos*
- *Tango para tres*
- *Tango y Cash*
- *Team America*
- *Teléfono rojo, volamos hacia Moscú*
- *Tener y no tener*
- *Terminator. Salvation*
- *Tesoro en el Amazonas*
- *The Believer*
- *The Code*
- *The Contract*
- *The Cube I*
- *The Cube II. Hipercube*
- *The Cube III*
- *The Faculty*
- *The Game*
- *The Hunley*
- *The International - Dinero en la sombra*
- *The Italian Job*
- *The Jackal*
- *The Mexican*
- *The Phantom. El hombre enmascarado*
- *The Punisher - El castigador (2004)*
- *The Queen*
- *The Ring I*
- *The Ring II*
- *Tiburón I*
- *Tiburón II*
- *Tiburón III*
- *Tiburón IV. La venganza*
- *Tiburones de acero*
- *Tiempos modernos*
- *Tienes un e-mail*
- *Tierra. Earth*
- *Titanic*
- *Todo en un día*
- *Todo lo demás*
- *Todo lo que usted siempre quiso saber sobre el sexo pero nunca se atrevió a preguntar*
- *Todos los hombres del presidente*
- *Tomb Rider I - Lara Croft*
- *Tomb Rider II - La cuna de la vida*
- *Tootsie*
- *Tora!Tora!Tora!*
- *Toro salvaje*
- *Torok, el Troll*
- *Torpedo*
- *Tortugas Ninjas, jóvenes mutantes*
- *Tráfico humano*
- *Traición en Fort King*
- *Training Day*
- *Transformers I*
- *Transformers II*
- *Transiberian*
- *Transporte especial*
- *Transporter I*
- *Transporter II*
- *Trapezio*
- *Tras la pista de la Pantera Rosa*
- *Tras las líneas enemigas*
- *Tres mujeres y un plan*
- *Tristan e Isolda*
- *Tron*
- *Troya*
- *Tú la letra y yo la música*
- *Última llamada*
- *Ultimatum a la tierra*
- *Ultravioleta*
- *Un botín de 500.000 dólares*
- *Un canguro superduro*
- *Un final made in Hollywood*
- *Un funeral de muerte*
- *Un golpe maestro*
- *Un hombre para la eternidad*
- *Un mundo de fantasía*
- *Un niño en el palacio de Aladino*
- *Un niño grande*
- *Un padre en apuros*
- *Un plan brillante*
- *Un Quijote sin mancha*

- *Un rey en Nueva York*
- *Un romance muy peligroso*
- *Un trabajo en Italia*
- *Un tranvía llamado Deseo*
- *Un, dos, tres*
- *Una bruja en Nueva York*
- *Una esposa para dos*
- *Una noche en Casablanca*
- *Una novia para dos*
- *Una reina para el César*
- *Una serie de catastróficas desdichas, de Lemony Snicket*
- *Una terapia peligrosa*
- *Una verdad incómoda*
- *Underworld Revolution*
- *Uno-Rojo, división de choque*
- *US Marshals*
- *V de vendetta*
- *Vacaciones en las Vegas*
- *Vacaciones en Roma*
- *Valkiria*
- *Vamos a la luna*
- *Van Helsing*
- *Venganza*
- *Veracruz*
- *Vértigo*
- *Viaje al centro de la Tierra*
- *Viaje al centro de la Tierra*
- *Viaje al centro de la Tierra*
- *Vicky, Cristina, Barcelona*
- *Virtuosity*
- *Voces de muerte*
- *Vorágine*
- *Wall E*
- *Wanted*
- *West Side Story*
- *White Noise I - Más allá*
- *White Noise II*
- *Wicker Man*
- *Wild Wild West*
- *Willow*
- *Wyatt Earp*
- *X Files. Creer es la clave*
- *Xanadú*
- *X-Men I*
- *X-Men II*
- *X-Men III*
- *xXx I. Triple X I*
- *xXx II. Triple X II*
- *Y dejaron de llamarle Camposanto*
- *Y en NocheBuena... ¡Se armó el belén!*
- *Y llegó el día de la venganza*
- *Y tu mamá también*
- *Yo, confieso*
- *Yo, Robot*
- *Yo, yo mismo e Irene*
- *Zodiac*
- *Zohan: licencia para peinar*
- *Zoolander*